El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales

Apuntes teórico-prácticos para la producción integral

Francisco Godinez Galay





Ediciones del jinete insomne



Centro de Producciones Radiofónicas
El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales : apuntes teórico-prácticos para la producción integral. - 1a ed. - Buenos Aires : Ediciones del Jinete Insomne, 2010.
160 p. ; 21x15 cm. - (Lenguafuera / Francisco Godinez Galay; 2)
ISBN 978-987-25418-4-2
1. Radiodifusión. 2. Radios Comunitarias. 3. Comunicación Social. I. Título.
CDD 302.234 4



Diseño de tapa: Guadalupe Bracuto Verona
Diagramación: Inés Binder
Corrección: Paula Álvarez Arbelais
Impreso en Bibliográfika
Buenos Aires, Argentina
Septiembre de 2011



El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales

Apuntes teórico-prácticos para la producción integral

Francisco Godinez Galay





ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN

El presente texto es una aproximación básica a distintas cuestiones de la producción de radio que son necesarias para comenzar. No aspira a ser un manual de uso, de esos que tienen pasos a seguir para lograr el éxito, sino todo lo contrario: aspira a ser un texto de guía basado en conocimientos obtenidos por la experiencia. Y cada experiencia, al ser distinta, puede generar distintos conocimientos.

Por eso, en este texto se encontrarán algunas claves, algunos consejos, y la mención de algunos puntos a tener en cuenta, como para saber de su existencia, poder adentrarse en ellos y, sobre todo, animarse a investigar, intentar, equivocarse y encontrar las formas y estilos propios para encarar una producción radiofónica.

Nos manejaremos otorgando conceptos habituales, herramientas útiles, caminos posibles. Hablaremos tanto sobre generalidades de la radio, sus formatos, sus características y posibilidades, la importancia de la radio social, como así también sobre claves para la producción, el guión, la edición y la difusión de contenidos. La intención es brindar herramientas para la producción independiente.

A su vez, haremos énfasis en elementos artísticos y ficcionales como herramientas de divulgación de contenidos y como posibilidades expresivas de la radio. Hablaremos de radioarte y radioteatro.

También le otorgaremos un lugar a las tecnologías de la información y la comunicación y trataremos de ver cómo aprovecharlas para fortalecer la radio y hacer posible la realización independiente, sin necesidad de grandes estructuras institucionales detrás.

La intención es brindar conceptos básicos y hacer un pequeño muestreo de todo lo que implica el mundo de la producción de radio, con el objetivo de incentivar y animar al interesado a que se embarque en la travesía de intentar.

Este texto fue originalmente confeccionado para el dictado del taller "El radiodrama: el mensaje a través de los sentidos" de la Bienal Internacional de Radio México 2010. Agradezco a la organización de la Bienal, a Radio Educación de México, a Juan, mi papá, por la gran ayuda en la búsqueda de información, a Ixchel Real, Paula Álvarez Arbelais, Guadalupe Bracuto Verona e Inés Binder por sus aportes, a todo el equipo del Centro de Producciones Radiofónicas y del Centro de Políticas Públicas para el Socialismo, a Ediciones del Jinete Insomne y a todas las personas que ayudaron a que este texto sea posible.

II. LA RADIO

Comencemos por el principio. Veamos de qué se trata esto de la radio. Qué es, de dónde viene, para qué sirve, y por qué es tan particular, importante y atrapante.

1. La radio en la transmisión de mensajes

Desde sus inicios en los años 20 del siglo XX, la radio como medio de comunicación de masas ha tenido gran cantidad de adeptos fieles. Esta confianza y fidelidad que genera este medio son fundamentales a la hora de transmitir un mensaje. La radio genera cierta complicidad con los oyentes. Esto, sumado a sus características diferenciales respecto de otros medios de comunicación, la hacen particularmente atractiva y cercana.

Vale la pena leer un fragmento de un artículo de Antequera Ripoll y Obregón, que señalan la importancia de la radio en la transmisión de mensajes, su arraigo y su penetración, sobre todo en países subdesarrollados como los nuestros.

> "En los países en desarrollo, la radio es el medio con mayor penetración, por encima de la televisión, con un promedio cercano a los dos billones de aparatos receptores y con una penetración, a nivel mundial,

> de un aparato receptor por cada tres personas. Esta realidad nos presenta a la radio como un medio con un rol altamente protagónico en naciones como la nuestra. Quizá la mayor evidencia del importante papel que juega la radio en los procesos de desarrollo social y a nivel cultural se encuentra en la utilización y/o función de este medio como una herramienta de cambio social y de fortalecimiento cultural, bien sea planeado o producto de la misma dinámica social y cultural en que se desenvuelve la radio o bien como una herramienta de participación social y cultural que les permite a los consumidores radiales ser protagonistas de las transformaciones sociales y culturales."[1]

La confianza que genera la radio, la posiciona en un lugar muy importante a la hora de desarrollar sus posibilidades y su rol social. En Chile, por ejemplo, la encuesta Barómetro CERC[2] elabora un ranking año a año con las instituciones que provocan mayor confianza en los chilenos. Las radios suelen estar entre los primeros tres puestos[3]. A su vez, la encuesta CEP[4] evaluó la confianza ciudadana en el terremoto de febrero de 2010 y luego de él. Las radios están terceras con 80%, solo superadas por los bomberos y los carabineros[5].

---

1. Antequera Ripoll, Juan Carlos y Obregón, Rafael, "La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla (Colombia)" en revista *Investigación y Desarrollo*, volumen 10, número 2, Universidad del Norte, 2002, pág. 149. http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/10-2/la_radio_como_dinamizadora_de_procesos_sociales.pdf

2. http://www.cerc.cl/

3. En 2002, primeras con 57% de confianza: http://www.bcn.cl/bibliodigital/pbcn/estudios/estudios_pdf_estudios/nro271.pdf, pág. 20; en 2005, primeras con 61% de confianza: http://www.emol.com/noticias/magazine/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=191044; en 2008, segundas con 57%: http://www.cooperativa.cl/prontus_nots/site/artic/20081028/pags/20081028115225.html

4. http://www.cepchile.cl/

5. http://www.lanacion.cl/mejor-evaluados-tras-terremoto-bomberos-carabineros-y-radios/noticias/2010-07-29/133628.html

En México, la Encuesta Nacional de Viviendas Mitofsky revela que en 2006, si bien bajó la confianza de la ciudadanía hacia el conjunto de los medios de comunicación, no fue así con la radio en particular, que mantuvo su cuarto puesto global[6]. Un estudio de UNIMER[7] de 2004, posiciona a la radio como el medio de comunicación que genera más confianza en los costarricenses[8].

Según la encuesta Latinobarómetro[9] de 2009, la radio se ubica segunda en niveles de confianza, con 56% en Latinoamérica en general[10]. Detallado por países, los primeros son Paraguay (71%), Venezuela (69%), Chile (65%), Uruguay (63%), Costa Rica (62%), Argentina (61%), Brasil y Panamá (60%). El último del listado es Honduras con 40%[11]. De todos modos, es evidente que se trata de números muy altos, incluso si hablamos del porcentaje más bajo de todos ellos.

Al respecto, Ricardo Haye señala que "la radio que queremos, necesitamos y alentamos está dispuesta a asumir responsabilidades no ya como testigo externo de la historia, sino como actor directo de los nuevos procesos sociales que se viven, y es tal su nivel de implicación que no solo reporta la crisis sino que se interesa por obtener soluciones"[12]. Hacia allí vamos.

2. Origen de la radiofonía

Cuenta la historia que la radio como medio de comunicación comenzó con una transmisión el 27 de agosto de 1920 en

---

6. Consulta Mitosfsky: http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Indice_Confianza_en_Instituciones.pdf, pág. 2. http://consulta.mx/

7. http://www.unimercentroamerica.com/

8. http://www.radio16.com/departamento-de-mercadeo-radio-16/

9. http://www.latinobarometro.org/

10. http://www.oas.org/en/ser/dia/outreach/docs/presentación Latinobarometro april 2010.ppt diapositiva 53.

11. http://www.oas.org/en/ser/dia/outreach/docs/presentación Latinobarometro april 2010.ppt, diapositiva 58.

12. Haye, Ricardo, *Otro siglo de radio*, La Crujía, Buenos Aires, 2003, pág. 16.

Buenos Aires, Argentina. La tecnología ya venía desarrollándose desde hacía tiempo, por parte de muchas personas que desde sus disciplinas agregaban alguna mejora, inventaban algo más, descubrían algo. Fue el físico italiano Guillermo Marconi, quien finalmente patentó la radio como tal en 1897, pero esto solo fue el producto de una larga cadena de aportes en el campo de la física, la electricidad y la electromagnética. Los primeros usos de la nueva tecnología fueron experimentales o militares (sobre todo en la Primera Guerra Mundial).

Desde la invención de esta tecnología, se dieron comunicaciones sin cables, utilizándose el código Morse. Recién en 1906 el físico Reginald Fessendeen transmitió música y voz.

Pero la primera transmisión hacia un público –tal como las conocemos hoy–, se dio ese mítico día de agosto del año 20, cuando los llamados Locos de la Azotea colocaron una antena de 5 vatios en la terraza del Teatro Coliseo de Buenos Aires y transmitieron a 50 aparatos receptores repartidos entre vecinos la ópera *Parsifal* que se desarrollaba en el teatro.

Pasados pocos años de este evento iniciático, ya existían varias radios en Buenos Aires, y el fenómeno empezó a crecer en todo sentido y en todo el continente, teniendo un auge importantísimo desde las décadas siguientes hasta la aparición y masificación de la televisión en los 50s y 60s. El radioteatro fue una forma de hacer radio que pronto se impuso como muy popular, luego de los primeros años de monopolio musical en las transmisiones, llegando a niveles altos de masividad en algunos casos, sobre todo en las décadas del 30, 40 y 50 en todos los países de América Latina.

3. Características generales de la radio

No puede utilizar imágenes

Lo que *a priori* parecería una falencia respecto de la prensa escrita y la televisión, es una ventana a múltiples posibilidades expresivas, sobre todo desde los géneros dramáticos. Que la tecnología radiofónica no *muestre* imágenes concretas no significa que no pueda *generar* y *evocar* imágenes desde el sonido. Justamente, todo lo contrario. A través de la utilización de los sonidos, pueden generarse fantasías, climas, atmósferas, ambientes, con las siguientes ventajas:

I. Es mucho más barato generar un ambiente desde la radio que desde la televisión. Imaginemos la cantidad de dinero que puede costar realizar una escena con acción, explosiones y muchedumbres en televisión o cine, contra lo que puede costar en radio, en donde con algunos sonidos y algunas voces podemos construir todo un entorno y una situación que si la tuviéramos que mostrar, demandaría mucho dinero de producción.

II. Incentiva y activa mucho más la imaginación, tanto del realizador como del oyente. Del realizador, ya que sabe que puede crear *cualquier* cosa, y podrá contarlo con solo algunos sonidos. No limita de ningún modo sus posibilidades creativas a la hora de escribir un libreto. Y del oyente, que podrá hacer correr su imaginación figurándose a su modo los escenarios que se le cuentan desde los sonidos.

III. Puede multiplicar las posibles lecturas e interpretaciones de una misma historia. Al no mostrar *concretamente* algo, la decodificación del mensaje dependerá mucho del oyente, de sus competencias, de su historia, y de lo que quiera imaginar, poniéndolo de este modo en un rol más activo y creativo. Así, la historia que se cuente nunca es una sola, y el oyente nunca

consume la historia o el mensaje linealmente, sino que pone de sí mismo para completar esa emisión, provocando *de hecho* una comunicación más de doble vía que en la televisión y en el cine, en donde las posibilidades de lecturas están un poco más clausuradas por la imagen, que es una y no otra; que es de un modo y no de muchos.

Sobre las bondades de generar las llamadas *imágenes auditivas*, el radialista cubano José Ignacio López Vigil señala que "basta hacer sonar unos grillos y anochece en nuestra mente. Basta hacer cantar a unos pajaritos y ya está amaneciendo. Con la música pasa lo mismo. Un samba nos transportará al carnaval de Bahía. Y un palo de mayo nos hará bailar con los nicas de la Costa Atlántica"[13].

Se puede escuchar haciendo otra cosa

Esto es importante para contribuir a la generación de esa complicidad entre medio y público. El oyente puede estar escuchando la radio mientras hace otras cosas como trabajar, hacer las cosas de la casa, cocinar, etc. Los otros medios como la TV, el cine, la Internet y la prensa, requieren de mayor atención y dedicación casi completa para poder disfrutar o entender lo que se emite. Esto anula en cierto modo el devenir de la vida cotidiana. La radio, por el contrario, acompaña esa vida cotidiana, y como tal, se hace parte de ella sin rupturas violentas ni invasiones.

No alienta tanto el *zapping*

El *zapping*, esa práctica moderna propiciada por la televisión y –con sus características distintas– también por la Internet, generan que se esté cambiando constantemente de medio y contenidos. En cambio, cuando uno encontró la radio que

13. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 41.

le gusta, que se oye bien y que lo acompaña, es más factible quedarse allí y –sumando esto a la característica anterior– dejarla encendida todo el día. Esta característica es una ventaja para no estar obligados permanentemente a ofrecer contenidos de impacto para atraer *rating*. En la radio hay otro clima para ofrecer contenidos, otra lógica. La radio construye su audiencia más en el tiempo y en base a confianza, buenos resultados, respaldo ético y un historial de buenos contenidos. Una vez ganado ese capital, con mucho esfuerzo y paciencia, le hablamos a nuestro oyente desde otro lugar, el lugar de la complicidad y de su seguridad de que cada vez que prenda la radio, tendrá lo que le guste, lo sorprenda, lo entretenga y lo informe. Esta seguridad hace que a la hora de proponer un contenido, contemos con un punto a nuestro favor. Sabemos que si nuestro oyente tiene el dial puesto en nuestra radio, su primera opción será escuchar el contenido, antes de cambiar la estación. Esta característica no vale tanto para el *podcasting*, que no depende de la emisión por onda para existir.

Otra cuestión es cuando desde nuestra producción tenemos que captar nuevos oyentes, seducir a los que aún están haciendo *zapping* y confirmar a los que nos eligieron. Por eso, si bien este es un punto a favor, no son los laureles en los cuales descansar, ya que debe ser cuidado, y eso se hace ofreciendo buenas producciones, respaldando día a día la confianza generada y la elección de cada oyente.

Ventaja respecto del audiovisual: la producción y la edición

Es más sencillo producir y editar contenidos para radio, ya que se trabaja solo con sonido, y no como en cine y TV, con sonido e imagen, lo cual hace más compleja la producción. Y más pesados los contenidos, y por lo tanto, menos manejables, sobre todo si pensamos en aprovechar las TIC para la divulgación de

nuestras piezas, ya sea a diversas radios por onda para que las usen, como a través de radios por Internet, o llegando incluso a nuestro público objetivo de forma directa, de productor a oyente, sin la infraestructura de un medio de comunicación como intermediario.

Ventaja respecto de la prensa escrita

Respecto de la gráfica, sin duda es más fácil técnicamente escribir que editar y producir audio, pero es más sencillo luego distribuir audio de forma efectiva. Es decir, no necesitamos grandes costos que revistas y periódicos sí, como impresión, papel, distribución. Y luego, es mucho más efectivo para comunicar un mensaje, reproducirlo y que sea escuchado, que pretender que nuestro público se tome el tiempo para leerlo en papel. Ni hablar de la lectura *online*, que no está todavía generalizada y que es mucho más incómoda que escuchar una pieza. De este modo, el formato radiofónico permite divulgar mensajes, opiniones, informaciones o ideas a un público más amplio que incluya tanto analfabetos, como desinteresados de la lectura o personas sin tiempo para ella.

Tecnología accesible

El equipamiento tecnológico necesario para la emisión de radio es en cierto modo accesible. Es más barato montar una radio que una televisora, una imprenta o hacer una película. Con pocos equipos se puede empezar a emitir.

Lo mismo para la escucha. Los radiorreceptores son también baratos, hay de todo tipo y con poco dinero se puede acceder a los contenidos radiofónicos.

Para la grabación y producción, con equipos caseros y un poco de paciencia, se puede hacer mucho (grabadores digitales o de cassette, mp3, micrófono de PC, etc.).

4. Funciones de la radio

La radio como medio de comunicación puede tener diversas funciones o roles. Una tradicional clasificación es la que menciona informar, entretener y educar.

a) *Informar*, porque aporta noticias, datos, comenta sucesos que son importantes para la ciudadanía como elementos necesarios para desenvolverse en sociedad, participar, debatir y decidir las cuestiones del día a día y de las otras.

b) *Entretener*, porque sin duda una función importante es aportar contenidos de diversión, distracción, hacer reír, compenetrar al público con una historia de ficción, etc.

c) *Educar*, porque es una herramienta perfecta para comunicar contenidos educativos, ya sean campañas de bien público, de prevención de enfermedades, cultura general, historia. En algunos casos paradigmáticos, incluso, se la ha utilizado para alfabetización.

Se pueden buscar otras funciones de la radio. López Vigil[14] destaca dos más: por un lado, la de desconectar a las personas de los problemas, de su rutina, de sus obligaciones. Esta puede empatarse bastante con la de entretenimiento, pero tiene sus sutiles diferencias. Esta función explica el uso de la radio por parte del oyente como un modo de dejarse llevar, de cambiar de aire, más allá de que el contenido al que acceda sea de entretenimiento o no.

Y la otra es la de intermediación. La radio –y sobre todo las experiencias de radio social (ver pág. 38)– sirve como

14. López Vigil, José Ignacio, "Hacia una definición de radio comunitaria", en I Jornadas Procesos Comunicacionales y Prácticas Culturales, Universidad Nacional de Quilmes, 2008.

intermediaria entre la comunidad y las autoridades en la solución de conflictos, como "recaudadora" de reclamos y "gestionadora" de posibles soluciones, de peticiones a las autoridades. También para socializar algún pedido o necesidad de algún oyente, y que otro oyente pueda enterarse por la radio y solucionar.

Otras funciones que podemos pensar que tiene la radio son: desarrollar el ejercicio del derecho a la libre expresión, siendo un canal para que la comunidad diga lo que siente u opina; ser una compañía; y en muchos casos, ser un teléfono, para enviar mensajes a localidades lejanas, para comunicar a los miembros de una comunidad.

5. Formatos radiofónicos

Existen muchos tipos de formatos radiofónicos. Se caracterizan por su duración y estructura. Si bien la clasificación que podemos hacer es solo orientativa, sirve para ver patrones y descripciones generales para tenerlas en cuenta a la hora de planificar y producir nuestra pieza. Algunos de los tipos de contenido que podemos encontrar en radio, siempre recordando el consejo de Mario Kaplún que dice que "los formatos existen para ser aprovechados, pero también para ser reinventados"[15], son:

Programa: quizás el más conocido y "natural". Es aquello que escuchamos al poner la radio; tiene un comienzo y un final y en él se pueden compilar distintos tipos de contenidos y música. Puede haber distintos tipos de programa. Para empezar, puede ser en vivo o grabado. Y respecto de los temas que aborda, pueden ser, entre otros:

- Magazine o radiorrevista: programa de variedades, con información, cultura, entrevistas, entretenimientos.

15. Kaplún. Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile, 1992, pág. 95.

- Informativo: programa de noticias del día.
- Político: programa con actualidad política, opinión, comentarios editoriales, informes especiales, investigaciones.
- Musical: especializado en música. Algunos a su vez, se especializan en algún tipo de música, como puede ser jazz, tango, folklore, rock, etc.
- Deportivo: sobre deportes, o de transmisiones de deportes en vivo.

Dentro de un programa pueden estar contenidos otros tipos de formato y piezas como entrevistas, informes y spots. Suelen durar una o dos horas.

Informe: contenido enlatado –esto es, preproducido y grabado– que trata una temática específica, y puede ser producto de una investigación. Puede en sí mismo utilizar distintas herramientas como música y dramatizaciones además de las locuciones sobre el tema en cuestión. Puede durar entre 5 y 10 minutos.

Cuña o spot: contenido corto (entre 30 segundos y 1 minuto y medio), que suele utilizarse para comunicar un mensaje de forma concisa, concreta, específica y dirigida.

Característica: es el sonido o frase que identifica a la emisora o al programa. Sirve para poner sobre otros contenidos o para pegar en cualquier continuidad y conexión de piezas. Sirve para recordar qué se está escuchando, el dial, la página web, de quién es la producción, etc. Puede durar de 5 a 15 segundos.

Separador: pequeño formato, que abarca un tema específico como la cuña pero más corto, o es de corte poético, y su función es separar secciones o momentos de un programa.

Micro: pequeño informe o contenido específico sobre un tema, que profundiza un poco más que un spot, y es más corto y puntual que un informe. Puede durar de 2 a 5 minutos.

Entrevista: cuando se decide hacer una pieza entera con una entrevista, y no solo utilizar algunas citas textuales dentro de un informe. Puede ser en vivo o grabada. Cuando es grabada, puede tener una música de fondo, efectos de sonido ilustrativos, y a veces se le borran las preguntas para escuchar solo al entrevistado declarando, siempre y cuando se entienda de qué habla. Es aconsejable que dure entre 3 y 10 minutos.

Programa ómnibus: programa radial largo, que puede durar de 6 horas a todo un día, como por ejemplo una maratón por alguna causa o una cobertura especial. Puede tener todo tipo de contenidos y formatos, con más tiempo para dedicarle a cada uno, o con rotación cíclica de los mismos, para captar distintos públicos, ya que es difícil que los oyentes sean los mismos al comienzo y al final de un programa de esta longitud.

Campaña: conjunto de contenidos destinados a concientizar sobre algún asunto de importancia social. Puede ser una serie de spots, o micros, o informes, o un poco de todo. Se suele identificar la campaña completa con un mismo título, que se presenta en su característica. Esto le da hilo, identidad y coherencia a todos los audios como parte de un sistema.

6. Elementos del lenguaje radiofónico

Hay cuatro elementos que son la materia prima para hacer todo en radio. Combinando estos y eligiendo sus variantes, es como se construye lo radiofónico. Los elementos son:

Voz

Ya sea de locuciones grabadas, como de entrevistas enteras, fragmentos de ellas o audios históricos de declaraciones. Todo lo que sea palabra hablada.

Música

La música en sus distintas expresiones y utilizaciones (ver pág. 33).

Sonido/ruido

Agrupamos las dos cosas en una, pero se trata de elementos diferentes. Los sonidos son los que se agregan adrede para ilustrar, enfatizar, generar un clima o un escenario. Pueden ser creados ficticiamente (efectos especiales) o reales (por ejemplo, una verdadera puerta cerrando para momentos en donde necesitemos ese sonido). De todos modos, suelen usarse sonidos creados, ya que muchas veces se privilegia la verosimilitud por encima de la verdad a la hora de crear escenarios. Muchos sonidos reales, curiosamente, no suenan tan reales cuando los escuchamos en radio, y sí suenan como creíbles sonidos creados para tal fin, aunque no sean ciertos. Por ejemplo, muchas veces un efecto especial de un gato, suena más real -a los oídos del oyente- que un gato real grabado. Por eso suele elegirse este tipo de efectos. Y además porque es más sencillo obtenerlos.

Los ruidos son las apariciones de sonidos indeseados o involuntarios que muchas veces pueden formar parte del carácter de tal o cual producción o emisión. Desde el ruido propio de la emisión de radio, pasando por el llamado “ruido blanco” que tienen los cassettes con los que grabamos una entrevista o el llamado “ruido de línea” de las grabaciones de nuestras locuciones, hasta ruidos de papeles, golpes en la mesa y respiraciones en nuestras emisiones en vivo. Estos últimos, desde siempre han sido evitados por la radio formal. Hoy en día puede ser una buena elección estética (y hasta política en caso de radios sociales que quieran apartarse de la formalidad y el protocolo de la radio comercial) dejarlos, ya que hablan de la naturalidad de las emisiones en vivo, y pueden ayudar a generar la complicidad entre el emisor que está hablando y tomando un

café en la radio a la mañana –evidenciado por el ruido de la taza– y quien escucha, que está haciendo lo mismo en su casa.

Los efectos de sonido son importantísimos para el radiodrama. Sin embargo, también pueden pensarse para programas en vivo, radiorrevistas, programas periodísticos. Como dice López Vigil, "hablando de efectos de sonido, algún rutinario podrá pensar que me refiero únicamente a la programación dramática. Déle vuelta a la frase: se trata de *dramatizar la programación*. Todos los formatos pueden redescubrir la escenografía que brindan los efectos".[16]

Debemos tener en cuenta también, que para dotar de realismo a un audio, no debemos sobrecargarlo de sonidos que podrían estar contenidos en la situación a describir. Recordemos la diferencia entre verdad y verosimilitud. Es posible que en la realidad, en una situación en la calle, estemos rodeados por veinte fuentes de sonido. Si las ponemos todas a la hora de recrear un ambiente similar, solo confundiremos al oyente, porque no se va a escuchar aquello que queremos que se escuche; no va a contribuir a dibujar el escenario que queremos dibujar, sino todo lo contrario. Por eso, seamos mesurados con la elección de los efectos, tanto en lo cualtitativo, como en lo cuantitativo. Como dice Haye, "en radio (…) sería aconsejable limitar la profusión sonora. Una o dos pinceladas acústicas harán cierta aquella ley de economía y alcanzarán para describir la sordidez del paisaje y la situación"[17].

Silencio

Un elemento del que suele hacerse poco uso, a veces por miedo al llamado "bache radial" (quedarse en silencio sin nada que

16. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, págs. 66-67.

17. Haye, Ricardo, Otro siglo de radio, La Crujía, Buenos Aires, 2003, pág. 144.

decir ni escuchar). De todos modos, cuando ese silencio es *intencional*, sirve para remarcar un ambiente, para preparar el oído para la frase que seguirá a través de cierto suspenso que el silencio genera, o remarcar la que lo antecede, planteando un corte respecto de todo lo que sigue. En un mundo como el radiofónico, en el que todo es sonido, para resaltar algo y llamar la atención del oído, muchas veces vale más el silencio, que agregarle muchos sonidos y énfasis en la voz. Imaginemos una tanda publicitaria en televisión, en donde todo es rápido y ruidoso, hasta que viene una publicidad en completo silencio. Sin duda resaltará respecto del resto. Lo mismo si entre elementos de mucho color encontramos algo blanco, sin duda provocará un relieve por sobre el resto.

En radio, entonces, el silencio puede ser bien aprovechado para remarcar, enfatizar, subrayar, generar climas o preparar un momento de importancia.

7. Variantes artísticas en radio

En la radio existen distintas formas de utilizar la ficción o la construcción de historias, como así también lo artístico-estético en la elaboración de un contenido. Lo dramático –entendido como lo ficcional, pudiendo ser humorístico, de acción, de drama, etc.– y lo artístico en general –entendido como un contenido con componentes estéticos agregados deliberadamente– pueden expresarse en un contenido o pieza en sí misma, como también formar parte de piezas más amplias. Y en general, todas utilizan todas las herramientas del lenguaje radiofónico.

Es importante prestar atención a "mostrar" los contenidos con mucho arte aplicado, trabajo sonoro, imágenes sonoras, dinámica, porque "en radio, no solamente se trata de hacer ver a los ciegos, sino de hacer oler sin nariz y acariciar sin manos y saborear a

la distancia"[18]. "Los colores, los olores, los sabores, las texturas también pueden estar insertos en nuestro mensaje"[19].

Algunas de las formas que puede tener lo dramático y/o artístico en radio son:

Radioteatro: historia ficcional, que puede ser unitaria o en capítulos. Se solían hacer en vivo, con efectos sonoros hechos artesanalmente y en vivo. Pueden ser capítulos de 10 a 15 minutos. O programas enteros de 1 hora. Es el teatro trasladado a radio. También llamado radionovela. Aquí los englobamos todo dentro de radiodrama y los mencionamos como sinónimos. Hilando fino, el radioteatro es una historia unitaria, y la radionovela es una historia en capítulos.

Sketch: situación dramatizada corta, que suele ser humorística. Muchas veces se presta para que sea improvisada sobre un eje. Una buena duración es de alrededor de 5 minutos.

Dramatización: situación corta que sirve para ilustrar un informe o documental, o para enfatizar y ejemplificar alguna situación habitual, sobre todo para campañas de concientización.

Recreación: difiere de la dramatización en el sentido de que no es una situación inventada o un ejemplo, sino que intenta recrear un diálogo o situación que existió de verdad. Por eso, se debe enfatizar que no se trata del audio original, porque estaríamos mintiendo. Esto puede hacerse desde el sonido utilizado o desde una mínima exageración de las actuaciones (caricaturización).

Cuento sonorizado: adaptación o lectura de cuentos pensados para palabra escrita, los cuales se versionan para audio,

---

18. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 41.

19. Portugal, Mario, y Yudchak, Héctor, *Hacer radio*, Galerna, Buenos Aires, 2008, pág. 86.

agregándole diálogos actuados, o efectos de sonido y música para ambientarlos. La literatura trasladada a radio.

Monólogo: una persona o un personaje hablando de algún tema, vertiendo sus vivencias, sensaciones u opiniones. Cuando se trata de un personaje creado, estamos frente a una variante de la ficción. Y cuando se trata de una persona real hablando, y el monólogo está guionado o está improvisado sobre una idea, de todos modos contiene elementos artísticos que exceden lo puramente periodístico y por eso lo ponemos del lado de los contenidos asociados a la creatividad estética.

Radioarte: contenido que puede variar en longitud, pero que se caracteriza por la utilización experimental del sonido. Es como una pintura radiofónica. Puede encerrar posibilidades de un argumento, de contar una historia, o ser puramente experimental, abstracto y estético. Sería la expresión plástica de la radio. Existen distintos tipos como el paisaje sonoro, las crónicas sonoras, la experimentación, arte sonoro, poesía sonora, etc.

Spot publicitario: pequeños formatos para vender un producto. Suelen ser persuasivos y utilizar lo estético y artístico para ese fin, ya sea para llamar la atención del oyente, como para contar en poco tiempo las virtudes de un producto. También utiliza la creatividad expresada en slogans o frases características para vender el producto. Puede durar entre 10 y 30 segundos.

Jingle: utilizado en publicidad y también para la artística de los programas o emisoras. Son canciones cortas hechas especialmente para tal fin, y que presentan las virtudes o descripciones generales de aquello a lo que se refiere (una marca, un programa, una emisora, una sección). Suelen utilizarse para presentación de programas, pudiendo durar tanto como un tema musical standard o un poco menos, y en caso de secciones, publicidades o emisoras, ser más cortos: entre 10 segundos y 1 minuto.

Personajes: los ponemos por separado de radioteatros y sketches, porque muchas veces en transmisiones en vivo hay personajes ficticios creados, que participan e intervienen en contextos generales del programa, en momentos en donde se esté hablando de actualidad o se esté entreteniendo.

Separadores o "artística": pequeños formatos que se utilizan en programas y enlatados como presentación de secciones, por un lado, o como su nombre lo indica, para separar entre secciones, separar la música del bloque o la locución. Suelen durar entre 5 y 30 segundos, y puede ser desde la simple mención de la sección que continúa, hasta la posibilidad de experimentar poéticamente y jugar con el formato corto para hacer descansar el oído, finalizar el contenido anterior y dar paso al siguiente, recordar qué se está escuchando, o aportar más datos adicionales en el caso de un informe especial.

Característica: son pequeños formatos para señalar la emisora o programa que estamos escuchando. Son señalamientos institucionales, que aunque muy cortitos, pueden dar posibilidad artística de presentarlos. Cuando no se utilizan palabras, es decir, es solo musical, se llama *linner*. Los *linners* "se usan, aprovechando el poder evocador de la música, para que identifiquemos mediante una pegadiza melodía la emisora que escuchamos".[20] Un ejemplo claro es la pequeña melodía de 3 segundos que identifica a la cadena televisiva de deportes ESPN.

Radiocine: es el cine trasladado a la radio. Se diferencia del radioteatro en que es necesariamente una historia unitaria, y en que no se apoya solo en los diálogos, sino que utiliza la experimentación sonora propia del radioarte en la construcción de escenas. Es la combinación de radioteatro y radioarte argumental.

20. Tenorio, Iván, *La nueva radio*, Marcombo, Barcelona, 2008, pág. 44.

La **adaptación** es algo que atraviesa a varios de los formatos y ejemplos mencionados. Se puede adaptar radiofónicamente un cuento, un poema, una película, un acontecimiento histórico. Aquí debemos prestar especial atención a convertir la obra original en diálogos. Lo que una novela cuenta sobre sus personajes, si lo queremos convertir en radio, en lo posible debe ser realizado por los personajes mismos a través de los diálogos y los sonidos. Prestaremos especial atención también en la construcción de los espacios, que en lo ideal deberán salirse de la descripción en palabras y ser trasladados a sonidos. Por supuesto que también debemos prestar atención a contar la misma historia con otras dimensiones temporales. Una novela, una película, en radio debe aparecer en una pieza más corta. Para adaptar, tenemos que pensar en las características y especificidades del medio radiofónico. La adaptación, entonces, consistirá en buscar esas características diferenciales para contar la obra que fue contada en otro soporte.

8. Guión

El guión es nuestra hoja de ruta. Es la organización en orden temporal de los elementos que combinaremos para emprender nuestra producción radiofónica. Existen muchas maneras de hacerlo. Lo importante es que sea comprensible y que dentro de una productora o emisora, haya criterios de estilo, para que un miembro del equipo pueda llevar a la práctica un guión que haya escrito otro miembro del equipo.

Podemos separar el guión en dos grandes grupos: el guión para programa en vivo –que puede llamarse grilla– y el guión para producción grabada o enlatado –que puede llamarse libreto–.

8.1. Guión para programa en vivo

En el guión de programa en vivo debemos acomodar todas las cosas que tendremos para poner al aire. En este guión, también

llamado grilla u hoja de ruta, tiene especial importancia el aspecto temporal, ya que el devenir de la producción que el guión expresa, es en vivo, y debemos organizarlo bien para calcular cómo va a entrar todo el material, cuánto tiempo tenemos disponible para hablar, cuándo entra la tanda publicitaria de la emisora, etc. Es una herramienta flexible, ya que no podemos prever desde el guión todo lo que será dicho en el programa, palabra por palabra, como sí haremos en un guión para contenido grabado (ver pág. 32).

Es por esto que una posibilidad sencilla y útil incluye dos columnas temporales: la primera y la cuarta.

En la primera columna, de izquierda a derecha, se pone la *hora* en la cual saldrá al aire tal o cual contenido.

En la segunda, van las indicaciones para el operador, indicaciones de qué *track* o pista poner de qué disco compacto, qué audio debe programar, qué separador debe poner, cuándo debe dar aire. Todas indicaciones de sonido y de programación de producciones ya grabadas que debe saber el que las ordena y lanza, que es el operador.

La tercera columna está dedicada a lo que sucede adentro del estudio, del lado del micrófono, del lado de los conductores. Aquí se pondrá información útil para el conductor, como por ejemplo artista y título de las canciones que se programen, para poder mencionarlos antes y después. También, cuándo va una entrevista, el nombre completo del entrevistado y su actividad; o textos para leer en vivo, qué sección viene en ese bloque, etc.

La cuarta columna de esta propuesta es la otra dedicada al tiempo. Es en la cual se pone la *duración* de cada parte en la que se divide el guión. En la primera teníamos la hora para ir chequeando que no nos pasemos demasiado con cada parte, y que esto no afecte a la

realización e inclusión de todos los contenidos previstos. En esta cuarta, tenemos el cálculo hecho de cuánto dura cada parte desde que comienza hasta que termina. Esto sirve para la comodidad de quienes hacen el programa, que en vez de mirar la columna uno y hacer la cuenta de cuánto tiempo hay desde las 17:28 hs. hasta las 17:41 hs., directamente se pueden fijar en la columna cuatro y saber enseguida que ese contenido programado para comenzar a las 17:28 dura 13 minutos. Esto sirve para calcular tiempos e ir produciendo las próximas cuestiones en el momento, y también porque siempre hay algún desfasaje con los tiempos previstos, o alguna variación en el orden de los contenidos. Es muy probable que el contenido que planteamos que comenzara a las 17:28, por una cosa u otra comience a las 17:31. En ese caso, en vez de recalcular con la columna horaria a qué hora debería terminar, vemos la columna de duración neta, que es invariable respecto de la hora, y nos permite seguir adelante con el programa y seguir previendo su organización para llegar bien con todo.

A continuación, un ejemplo de guión para un programa radial de una hora en vivo.

Hora	**Operador**	**Aire**	**Duración**
17:00	presentación		1’
17:01	Música de cortina	Bloque 1: presentación de las temáticas del día y datos del programa.	9’
17:10	Tema: track 4, CD 1. Pablo Tozzi Trío, “De las diez y media”		4’
17:14	Separador 1		0’30”
17:15		Bloque 2: entrevista telefónica con Pedro Biscay, director del Centro de Investigación y Prevención y Criminalidad Económica	7’

17:22	Tema (en MP3): Eterna Inocencia, "Días tristes"		2'
17:24	Separador 2		1'
17:25		Bloque 3: lectura de datos, mails y llamados telefónicos de oyentes	5'
17:30	Separador 3		0'30"
17:31	Tanda publicitaria		5'
17:36	Separador 4		1'
17:37		Bloque 4: lectura de mensajes y presentación de informe enlatado	4'
17:41	Informe "La corrupción en la Argentina 1980-2010"		6'
17:47	Spot 2 campaña Derechos Humanos para niños		1'30"
17:49	Separador 5		0'30"
17:50		Bloque 5: columna de espectáculos, recomendaciones, lectura de mensajes, despedida	6'
17:56	Tema (CD 1 track 9): Fun People, "Anabelle"		2'
17:58	Separador despedida		1'

8.2. Guión para enlatado

El enlatado es la pieza radiofónica grabada. En el guión para enlatado –también llamado libreto–, no es tan necesario el aspecto temporal, ya que no sale en vivo, y lo central de nuestra hoja de ruta, aquí será la organización y el orden de los contenidos. Es

plasmar en texto lo que imaginamos para nuestra producción. En este caso, será una guía que utilizaremos para grabar voces, editar, combinar nuestros materiales y así armar el enlatado. Es una guía porque, si bien es menos flexible que el guión de programa en vivo en cuanto a los contenidos que deben aparecer, en edición seguramente se nos ocurrirán muchas cosas nuevas y, por ejemplo, buscando alguna música, encontraremos otra más ajustada o pertinente que terminaremos usando en vez de la que pusimos en el guión. De todos modos, estas desviaciones lo son respecto de un eje que es muy útil, y ese eje es el guión. También podemos poner el tipo de música que necesitamos, sin poner exactamente cuál, y buscarla en el momento de editar.

En la primera columna, de izquierda a derecha, van todas las indicaciones de sonido que no tengan que ver con lo hablado. Es decir, qué efectos poner, qué música, cuándo la música debe entrar de a poco (*fade in*) o irse esfumando de a poco (*fade out*), etc.

En la otra columna va lo que serían las locuciones, es decir, los textos redactados para nuestro contenido, ya sean dramatizaciones o explicaciones. También va el texto de los audios de citas, entrevistas o discursos que utilicemos. Como estos son audios agregados, van indicados en la columna uno, para saber que hay que meter ese audio allí, y también en la columna dos, para tener en cuenta el texto que se está agregando. Puede ir la cita textual completa, o el comienzo y el final, para ubicar a quien edite desde dónde y hasta dónde debe dejar la declaración.

Lo importante de este guión es ubicar las cosas como si fueran ladrillos de una construcción. Pondremos los audios exactamente donde queremos que vayan. Si de un lado ponemos "efecto de timbre" donde coincide con la columna dos que el locutor está diciendo algo, el sonido deberá salir en el preciso momento en que el locutor dice eso. Si queremos que el timbre se oiga una vez

que el locutor terminó una frase, deberemos ponerlo en la línea siguiente. Lo mismo si queremos aplicar algún efecto especial a la voz de la locución: debemos indicarlo en la columna uno, en la línea justa en donde en la columna dos está la frase a la que le queremos aplicar el efecto a la voz.

Aquí, un ejemplo de guión de enlatado:

Música 1 (At The Drive In, "Circuit Scene")	
Baja música en 0'23"	
Sube y baja música dos segundos	Locutor: El Centro de Producciones Radiofónicas
Sube y baja música (con efecto micrófono)	
Sube música	Locutor: Desarmar es construir
Fade out a seco	
	Locutor: tenencia de armas en la sociedad civil
Efecto disparo	Locutora: Las armas son instrumentos cdoncebidos para atacar al otro. Desde su origen, su única función ha sido la de lastimar y matar
Música 2 (Massacre, "Heredarán la tierra", loop 2:52 en adelante)	
	Locutor: En el mundo hay más de 639 millones de armas de fuego.

	Locutora: Las armas pequeñas matan cientos de miles de personas cada año, con más de 200 mil muertos en zonas en que no hay conflictos armados.
	Locutor: El 60% de las armas está en manos de civiles...
	Locutora: ...37% en manos de fuerzas armadas...
	Locutor: ...2,8% a cargo de policías...
Fade out música	Locutora: ...y 0,2% en manos de grupos armados.
Efecto separador cascabel	Locutora: Desarmar es construir
Efecto cheap tv y encimado como eco	Locutor: Desarmar es construir
	Locutora: ...por una sociedad sin violencia
Fin efecto cascabel	

9. El rol de la música

En nuestra pieza radiofónica, es muy posible que aparezca la música cumpliendo algunos de sus múltiples roles. Decidir la música a utilizar es algo clave, que no debería ser librado al azar, ya que una música de fondo o protagónica es fundamental para aportar a darle carácter al mensaje que queremos dar y que la pieza creada se oiga como lo imaginamos y provoque lo que imaginamos. Si bien lo interesante de la radio es la multiplicidad de interpretaciones a la que da lugar, es cierto también que con nuestras elecciones desde el lado de la producción podemos

ofrecer un abanico de posibilidades interpretativas que no se separen demasiado de nuestra intención comunicativa original. La música, en este sentido, tiene una importancia especial.

Algunos posibles usos y funciones de la música en un contenido radiofónico son:

Acompañante

La música que cumple la función de "cortina", es decir, quedar de fondo al texto dicho. En general es una música que acompaña y cumple la función de no dejar a la voz sola y que no se provoque la sensación de vacío al escuchar el contenido, sea en vivo o grabado.

Esta música suele ser neutra, ya que no es su rol ser protagónica, sino simplemente no dejar sola a la voz. Al respecto, se aconseja que para cumplir esta función de cortina, la música elegida cumpla con ciertas características:

I. Ser instrumental. Es decir, no ser cantada, ya que escuchar otra voz puede desviar la atención del oyente sobre el texto que está siendo dicho encima. Más si la música está cantada en el mismo idioma que el texto, o por una voz del mismo sexo.

II. No ser muy conocida. Hay músicas que escuchamos y ya las reconocemos. Si elegimos una de estas melodías para cortinear nuestra locución, corremos el riesgo de que el oyente desvíe su atención hacia la música, ahora por el hecho de que suena conocida a sus oídos. La mente se irá con ella, tarareándola internamente, alejando al oyente del foco que es el texto.

III. Manejar bien el volumen. Es habitual escuchar contenidos o programas en los que la música está muy fuerte (o tiene características fuertes, como preponderancia de la percusión o de sonidos estridentes) y esto tapa a la voz, o el locutor del

programa tiene que gritar para hacerse oír. Parece obvio, pero es algo que sucede demasiado, y es un error muy fácil de evitar. La música que cumple bien su función de acompañante, es aquella que notamos su existencia cuando la sacamos. Es decir, aquella que no molesta y a la que quizás no le prestamos atención, que no molesta cuando está y que solo si la sacamos la notamos. Es decir, acompaña, es una base, un soporte a la voz, un colchón, y nunca amenaza a la comprensión o escucha del texto dicho.

La música de cortina, cuando forma parte de un programa en vivo, muchas veces se vuelve tan característica, que cuando la escuchamos sabemos que está por empezar el bloque en vivo, y que si la escuchamos en otro contexto, recordamos el programa en el cual la usan. Esto no va contra su función acompañante. Si bien la música empieza a ser un símbolo del programa, cuando empieza a hablar el conductor, baja su volumen hasta no ser molesta.

Enfatizante

Hay música que nos sirve para subrayar alguna sensación que se quiere comunicar desde una pieza o programa. Aquí, si bien también forma parte de un fondo y no debe tapar la locución, su elección debe ser más cuidadosa y pensada, ya que queremos provocar un determinado efecto.

Si estamos produciendo un audio en donde hablamos de una masacre, quizás tengamos en mente elegir que la música que acompañe los textos sea seria, pesada, con muchos graves, densa. Esta es una elección deliberada para enfatizar la sensación que el texto produce o que queremos que produzca.

En estos casos, la música tendrá su ubicación detrás del texto, pero oscilará seguramente con subidas de volumen entre texto y texto, tomando protagonismo cuando no hay voz, ya que su sonido nos aporta énfasis a la sensación global de nuestra pieza.

Ilustrativa

Aquí también hablamos de una música que aporta lo suyo a la generación de sensaciones y a la opinión o información que queremos comunicar desde nuestra pieza. En este caso, llamamos ilustrativa a la música que enfatiza lo que estamos diciendo, pero desde sus letras. En este caso, si bien no conviene poner música con letra como cortina, la música con letras que tienen que ver con nuestro tema puede aparecer en fragmentos como separador entre texto y texto, sin funcionar como cortina.

Por ejemplo, en una pieza sobre desarme de la sociedad civil, los textos que lee el locutor están acompañados por una música neutra, pero para separar entre partes de la locución, elegimos pegar pedacitos de canciones en donde se habla en contra de las armas. Aquí, la música es un elemento más de información u opinión, desde sus líricas, y es útil elegir fragmentos de 10 a 30 segundos como si fueran citas textuales, para recortar y pegar a lo largo del informe, entre texto y texto. Llamamos a estos fragmentos cerrados *frases musicales*, porque parecerían tener un comienzo y un final coherente dentro del texto general que sería la canción. A esto le sumamos la pertinencia textual desde la letra, desde lo que dice un fragmento de canción, para darle la utilidad literaria de ilustrar desde lo temático.

Intrusa

Llamamos así a la música que deliberadamente es elegida para romper y provocar una sensación respecto del texto o tema que se está comunicando. Hablamos de música intrusa cuando la que elegimos para acompañar un texto, comunica una sensación marcadamente opuesta a la que el texto parece decir. Por ejemplo, si hablamos de un tema triste, poner música de circo o de carrusel. Lo que provoca esta elección es remarcar la tristeza del texto, por contraste con la música utilizada. Si para

un tema triste eligiéramos una música triste, se acomodaría bien y aportaría tristeza al texto. Ahora bien, si elegimos una música notablemente festiva, el impacto será mucho mayor y estaremos más cerca de provocar la angustia e identificación con el oyente desde su interpelación a la preocupación por lo que se dice, desde la aberración.

Esta es una jugada bastante artística, que debe ser bien efectuada y es un recurso que debería usarse solo en algunos casos, para no acostumbrar el oído y que de ese modo provoque efectivamente ese impacto en el oyente.

III. RADIOS SOCIALES

Llamamos radios sociales a todas aquellas que, trabajando desde distintas autoidentificaciones, privilegian su rol social por sobre el fin de lucro, diferenciándose así de las radios comerciales en sus principios básicos.

Optamos por llamarlas sociales por ser una palabra abarcativa y por la positiva. Estamos acostumbrados a definir las cosas rupturistas o diferentes con el mecanismo de negar lo hegemónico. Quizás sea mejor pensar en las características y funciones de este tipo de radios, más allá de la existencia de las radios comerciales. Definir por la negativa, ata mucho la propia identidad a la identidad ya construida por aquellos de los cuales queremos separarnos y diferenciarnos, contradiciendo desde el vamos esa noción de intentar despegarnos de lo establecido.

De todos modos, podremos escuchar hablar de *radios no comerciales* en referencia a ellas. O *radios de nuevo tipo*, aunque ya tengan casi tantos años como la radiofonía en general. Nos interesan en muchos sentidos, uno de los cuales es que son radios a las que podemos acceder más fácilmente y donde son bienvenidas las producciones con contenidos y objetivos sociales.

Repasemos brevemente cuáles son las distintas clasificaciones que entran en el concepto general que llamamos “radios sociales”:

1. Radios educativas

La historia de las radios sociales tiene un doble comienzo. Una de sus facetas es a través de la función educativa de la radio. Radio Sutatenza, en Colombia, es considerada como una de las primeras experiencias de radio social. Comenzó sus transmisiones en 1947. Fue ideada por el padre Salcedo como método para alfabetizar al campesinado de la región, donde existía una alta tasa de analfabetismo. La radio se sintonizaba, se daban clases a través de ella y luego educadores se reunían con grupos de “alumnos” para ejercitar. Fueron llamadas radioescuelas. La tecnología de radio se aprovechó para acortar distancias y crear una gran aula virtual de kilómetros de extensión, a través de la cual todos se reunían en el aire de radio a compartir la experiencia educativa alfabetizadora.

Pronto la experiencia fue replicada en otros lugares de América Latina, generándose un movimiento de radios educativas. Estas, entonces, se caracterizan por ser radios destinadas a alfabetizar, a educar, a ser aulas por onda.

2. Radios populares

La ampliación de los horizontes y objetivos de las radios educativas dieron origen a la clasificación que las comenzó a nombrar como radios populares. Inspiradas en la educación popular de Paulo Freire, las radios sin fines de lucro que propiciaban lo educativo, pero también la participación social y la lucha por las reivindicaciones de Derechos Humanos, comenzaron a denominarse así.

3. Radios mineras/sindicales

La otra parte de la historia del comienzo de las radios sociales. En Bolivia, los sindicatos de mineros comprendieron que a través de la radio podrían comunicarse mejor entre ellos, organizarse, difundir sus luchas, teniendo en cuenta que la difusión escrita -tradicional en el sindicalismo- es menos atractiva, más difícil de distribuir y que no todo el mundo estaba alfabetizado. Desde los años 50, múltiples experiencias de radios mineras asombraron por su impacto, su nivel de organización y sus resultados. Pueden mencionarse a las radios Pío XII, La Voz del Minero, Radio Ánimas, Radio Vanguardia de Colquiri, Radio 21 de Diciembre. Algunas sobreviven hasta hoy, pero resignificadas en sus programaciones y objetivos. Nunca se replicaron experiencias similares en otros lugares.

4. Radios comunitarias

Una de las denominaciones más generalizadas. Originada en los años 80, se refiere a comunidad de intereses, no necesariamente geográfica o barrial. Se caracterizan por tener temas que no están en los grandes medios, por defender los derechos de las minorías, y los Derechos Humanos en general, por ser abiertas a la participación. Hoy la mayoría de las radios sociales son las que se autodenominan como comunitarias.

Algunas que pueden mencionarse son Radio Bemba (México), Radio Viva (Paraguay), Radio Tierra (Chile), La Radioneta (Chile), Radio Progreso (Honduras), FM Alas (Argentina), El Prado FM (Uruguay).

5. Radios alternativas

Parecidas a las comunitarias, pero más decididamente rupturistas respecto de las voces oficiales escuchadas desde los gobiernos o desde los medios hegemónicos. Se definen más por la negativa

en relación a separarse de estilos de gestión y de temáticas y opiniones respecto de los mencionados. El concepto viene más del ámbito académico o intelectual, y se asocian a experiencias realizadas o impulsadas más teóricamente por jóvenes especialistas y sobre todo en ciudades, separándose un poco de las radios comunitarias que en ese sentido son más amplias.

6. Radios públicas

Son aquellas sostenidas por el Estado, ya sea en niveles nacionales como provinciales o municipales. Son las radios oficiales. Las ubicamos en radios sociales, por no tener fines de lucro, y porque idealmente sirven para fortalecer los derechos, para dar espacio a expresiones distintas, para elevar el nivel informacional, educativo y cultural de la población.

En algunos lugares suelen utilizarse como órgano de difusión de los gobiernos de turno, pero esto es una desviación respecto del objetivo real e ideal.

Las experiencias europeas son las más renombradas y efectivas. Casos como los de la BBC de Gran Bretaña, Radio Nederlands de Holanda, Radio France de Francia, Radio Nacional de España, muestran que se puede hacer radiodifusión cultural de calidad, con diversidad, siendo parte del Estado, pero sin tener nada que ver con el gobierno. En Inglaterra, por ejemplo, existe un impuesto que es para que la población mantenga directamente las múltiples estaciones distintas que tiene la BBC, dando cuenta de este modo de la real pertenencia pública de la emisora, por más que sea una institución del Estado.

Algunas radios públicas de América Latina son Radio Nacional de Argentina, Radio Educación de México, Radio Pública del Ecuador, Radio Nacional de Colombia, Radio Nacional FM Brasilia de Brasil.

7. Radios universitarias

También son radios públicas, pero de diferente gestión, pues dependen de las universidades. También suelen aspirar a tener programaciones integrales y diversas. En general son las pertenecientes a universidades nacionales y públicas, y como tales, si bien serían medios estatales, gozan de la cierta autonomía del Estado de la que gozan las universidades en todo lo que gestionan.

Asimismo, es cierto que deberíamos agregar en esta clasificación a las radios de universidades privadas, siempre y cuando respondan a objetivos de bien público por pertenecer a instituciones educativas reconocidas por el Estado.

8. Radios libres

Es la denominación utilizada en Europa por las radios que utilizan la comunicación como herramienta de lucha. Se asemejan a las comunitarias y alternativas. Es otra forma de nombrarlas. En Brasil también se encuentran radios que se autodeniminan como libres.

9. Radios ciudadanas

Concepto que amplía y en cierto modo agrupa a muchas denominaciones, al poner énfasis desde el nombre en parte de los objetivos centrales de estas radios: la *ciudadanización* de los ciudadanos. Es decir, dar poder a las personas integrantes de una comunidad o sociedad, brindándoles información útil para su desempeño ciudadano, como así también impulsándolas a participar, a reclamar, a solidarizarse con los problemas del otro, a unirse en la resolución de conflictos y a mantener una vida conciente de su contexto. José Ignacio López Vigil, defensor de este concepto, señala: “Las radios ciudadanas no se definen por el lugar donde están instalados los equipos y sus cabinas. Ni por

la edad de sus públicos. Ni por una visión nacionalista estrecha. Estas emisoras asumen un concepto amplio, revolucionario, indispensable, de ciudadanía global".[1]

10. Radios insurgentes

Hubo y hay experiencias importantes donde la radio es una herramienta de resistencia real en conflictos armados y revoluciones. Donde también es un órgano de difusión y organización en momentos de luchar en guerras civiles o contra dictaduras, como son los paradigmáticos casos de FM Venceremos y FM Farabundo Martí durante la guerra civil de El Salvador. Desde estas radios clandestinas, nómadas, con pocas posibilidades técnicas y mucho esfuerzo, las guerrillas no solo organizaban su estrategia, sino que informaban a la población y llamaban a la reacción, además de proveer los siempre necesarios esparcimiento, entretenimiento y distracción que hasta en plena guerra y en la selva, son fundamentales para las personas. También vale mencionar a las emisoras zapatistas en Chiapas, México (como Radio Insurgente) o las de la Revolución Cubana (Radio Rebelde, fundada por el Che Guevara) o de la resistencia sandinista en Nicaragua (Radio Sandino).

11. Radios indígenas y/o campesinas

Hay radios que se definen como indígenas, y podríamos decir que son radios comunitarias, pero centradas en la cultura indígena, en difundir sus valores, en reactivar su lengua, en hablar de sus problemáticas especificas. Así, también hay movimientos de campesinos que utilizan de este modo a la radio. Y en muchos casos coinciden territorialmente o son los mismos que siendo pueblos originarios se definen también como campesinos. Si bien podría hablarse de radios comunitarias indígenas –y a nosotros

---

1. López Vigil, José Ignacio, *Ciudadana radio*, Radialistas, Lima, 2004, pág. 22.

hasta nos parece más integrador el hecho de que no haya que diferenciarlas o separarlas por el hecho de ser indígenas, ya que no debería hacerse una distinción entre lo que es indígena y lo que no– lo cierto es que muchas de ellas, prefieren separarse y definirse más específicamente de este modo.

12. Radios abiertas

Se trata de aquellas radios, generalmente esporádicas, que funcionan emitiendo a las personas que están presenciando una determinada actividad. Es una radio que no sale por onda, sino que se hace en vivo para un conjunto de oyentes presenciales. Suele servir para acompañar actividades de reclamo, formar parte de actividades culturales más amplias o funcionar en fechas especiales en el marco de jornadas multidisciplinarias. Es una forma de utilizar lo radial para fines sociales, aunque no estemos hablando de *broadcasting*, es decir, transmisión en sentido estricto.

13. Propaladoras

Son radios que funcionan sin transmisión por onda, sino que ubicando un parlante en un auto o camión y recorriendo el pueblo o barrio en donde se encuentre. Es común utilizar esto en algunos lugares para promoción de espectáculos como circos o fiestas, como así también como publicidad de comercios de la zona, ya sea en vehículos terrestres como en avionetas. Pero también es utilizado como una radio abierta móvil, que va hacia la gente, comunicando temas de interés. Sirve para crear intervenciones políticas y/o artísticas con un fin determinado y puntual en un momento delimitado.

14. Radios escolares

Son radios que funcionan como parte de escuelas, sobre todo de educación básica. Funcionan emitiendo al interior de la

propia escuela para los alumnos, y en algunos casos, algunos proyectos han trascendido hasta convertirse en radios por onda, pero siempre como un espacio de capacitación, educación y socialización donde los niños y jóvenes son los protagonistas y quienes impulsan los programas al frente del micrófono. En este caso, el componente educativo es quizás más importante que la programación en sí, por ser un espacio importante para aprender a compartir, a ceder la palabra, a construir una argumentación, a debatir, etc.

15. Circuito cerrado

Radios que, así como las escolares, no salen por onda, funcionan internamente dentro de un edificio o establecimiento, a partir de un lugar de emisión con micrófonos y distribuida a través de parlantes en todo el espacio edilicio del que se trate. De este modo, puede tratarse de radiofonía dentro de una cárcel, un centro cultural, un hospital neuropsiquiátrico, etc.

16. Radioaficionados

Existen personas que tienen como pasatiempo comunicarse mediante frecuencias de radio, en aparatos caseros con otros radioaficionados de todo el mundo. Esta modalidad tampoco tiene fines de lucro, y es una actividad cultural y comunicativa de antaño. Muchas veces las comunicaciones entre radioaficionados han servido como único medio disponible para informar algo en situaciones de catástrofe, como por ejemplo en el terremoto de Chile de 2010, cuando no había electricidad y las radios regulares no podían emitir. Allí, se pudo entablar comunicación mediante esta tecnología y las redes tendidas entre radioaficionados. Hoy las organizaciones de radioaficionados están incorporadas a la Red Nacional de Telecomunicaciones de la Oficina Nacional

de Emergencia del Ministerio del Interior (ONEMI)[2] de Chile. Estas emisiones se pueden sintonizar en una franja especial, la de los 27 MHz.

17. Otras denominaciones

Otras experiencias dentro de lo que llamamos radios sociales, u otras formas de llamarlas, pueden definirse como contrainformacionales, alterativas, barriales, locales[3], de mínima cobertura o baja potencia[4], participativas, asociativas, rurales, comunales, etc.

18. Asociaciones

Existen asociaciones de radios sociales, tanto nacionales como a nivel internacional. Algunas de ellas son:

- AMARC: Asociación Mundial de Radios Comunitarias, www.amarc.org. Tiene sedes en todos los continentes.
- ALER: Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, www.aler.org. Con sede central en Quito, Ecuador.
- **Argentina:** FARCO - Federación Argentina de Radios Comunitarias, www.farco.org.ar
- **Bolivia:** ERBOL – Educación Radiofónica de Bolivia, www.erbol.com.bo

---

2. http://emercomms.ipellejero.es/2010/05/11/los-radioaficionados-chilenos-se-integran-en-la-red-de-telecomunicaciones-de-emergencia-de-la-onemi/

3. Muchas de las experiencias de radio local o barrial, pueden ser comerciales, tener fines de lucro, pero así y todo, ser apropiadas por la comunidad, funcionar como gestionadoras de problemas comunes, contar con espacios alternativos. En estos casos, podría pensarse en radios comerciales que, planificado o no, tienen una importante dimensión social.

4. Quiero dejar en claro que de ninguna manera tener poca cobertura o alcance es sinónimo de radio comunitaria o radio social. Sino que muchas de las experiencias de baja cobertura son a su vez sin fines de lucro y pueden ubicarse en este amplio grupo de radios que describimos en este apartado.

- **Brasil:** ABRAÇO **-** Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária, www.abracors.org.br
- **Chile:** ANARCICH – Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile, http://radioscomunitariaschile.blogspot.com
- **Colombia:** RECORRA **-** Red Colombiana de Radio Comunitaria, http://ecocentral.almacreativa.org/recorra
- **Ecuador:** CORAPE – Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador, www.corape.org.ec
- ERPE – Escuelas Populares Radiofónicas del Ecuador, www.erpe.org.ec
- **El Salvador:** ARPAS – Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador, www.arpas.org.sv
- **Guatemala:** FGER – Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas, www.fger.org
- **Honduras:** Red de Radios Comunitarias de Honduras
- **México:** AMARC México, www.amarcmexico.org - Red de Radios Indígenas Comunitarias del Sureste Mexicano.
- **Nicaragua:** Asociación de Radios Comunitarias de Nicaragua, http://amarcnicaragua.ning.com
- **Paraguay:** Asociación de Radios Comunitarias y Medios Alternativos del Paraguay
- **Perú:** CNR – Coordinadora Nacional de Radio, www.cnr.org.pe

- **República Dominicana:** UDECA - Unión Dominicana de Emisoras Católicas. www.redudeca.org
- **Uruguay:** ECOS **-** Coordinadora de Radios Comunitarias del Uruguay, ecos.rc@gmail.com

19. Características y funciones específicas

Pero, ¿qué caracteriza a las radios sociales? Repasemos una descripción general, tanto en comparación con las radios comerciales y hegemónicas, como en cuanto a las propias formas de trabajar que este tipo de experiencias tienen. Si bien pueden diferir mucho de un caso a otro, y no todas tengan todas estas características en su máxima expresión, vale la pena enumerarlas:

Sin fines de lucro

Las radios sociales no tienen fines de lucro. Esto muchas veces puede confundirse con que no deben aceptar ingresos o manejo de dinero. Esto es un error, que además es utilizado en algunos casos para asfixiar las posibilidades de trabajo cotidiano de las radios. *Sin fines de lucro* significa que al término de un año fiscal, el excedente de dinero que pudo haber generado la radio en relación a sus gastos, no se lo quedan personas que son "dueñas" del medio, sino que se reinvierte en el proyecto para actualización tecnológica, difusión, contratar más personas, mejorar salarios, etc.

Las radios tienen gastos que cubrir, y lo pueden hacer a partir de distintos métodos: venta de espacios a producciones independientes, venta de publicidades, fiestas, proyectos de financiamiento para la cooperación internacional, etc. Lo que no hacen estas radios es tener al lucro como objetivo. Las radios comerciales son empresas que tienen como objetivo principal

generar dinero. Las radios sociales, al no tener fines de lucro, pueden elegir en base a una posición ética qué anunciantes tener, y siempre privilegiar la comunicación por encima de intereses económicos. Esto da la seguridad de que lo que se hace será más sincero y legítimo. En caso de que desde una radio social pueda denunciarse a una empresa que contamina el medio ambiente, no se dudará en hacerlo. En cambio, en una radio comercial puede tenderse a intentar proteger una posible entrada de dinero, ya que ese es su principal objetivo como empresa comercial.

Ni hablar de las radios públicas y universitarias públicas, que al depender del Estado, no deben tener entre sus metas la generación de excedente monetario.

Fortalecimiento de los derechos

En general, entre sus objetivos principales está el fortalecimiento de los derechos, tanto de su respeto, como de su ejercicio, y de valores como la solidaridad, la cultura, la justicia, etc. Esto es lo principal. Contribuir desde la labor de la radio con el crecimiento y la equidad. Con el desarrollo. Ya sea a través de difusión de información valiosa, como de brindar espacio para el diálogo y el intercambio, y aportar en los hechos al ejercicio de la amplia gama de derechos, al ejercicio de la propia cultura.

Temáticas y enfoques distintos

Relacionado con lo anterior, surge la posibilidad de que en radios sociales puedan encontrarse contenidos sobre temas que no suelen estar en las agendas de los medios hegemónicos, o enfoques y opiniones sobre temas de agenda, alternativos a la postura dominante que puede aparecer en medios comerciales. En este sentido, dan otra opción para oyentes que no quieran consumir la misma información y los mismos contenidos que siempre pasan los medios hegemónicos comerciales. Brinda otras herramientas a las personas para desenvolverse socialmente.

Gestión más horizontal y participativa

La forma de llevar adelante a la radio como institución es más horizontal, y las decisiones suelen ser más democráticas y participativas. Si bien puede haber cargos, esto no implica la rígida estructura de jerarquías que tienen las empresas. En esto se exceptúan las radios públicas, que sí tienen cargos y jerarquías.

La comunicación tiene lugar: *feedback* e intercambio

Si bien todos son llamados medios de comunicación, en virtud de la verdad se trata de medios de *información*, que *informan*, ya que la *comunicación* es un concepto más amplio que implica un *feedback* o intercambio, un ida y vuelta entre emisor y receptor, en donde por momentos puede borrarse la diferencia entre ambos, o los roles se intercambian confundiéndose en un diálogo. Este concepto, esta comunicación, es más posible que tenga lugar en las experiencias de radio social, por estar más abiertas a la participación de los oyentes, que se transforman en parte de la radio, y que muchas veces encaran programas, presentan ideas, asisten o llaman a la radio y esta les da más lugar que el que habitualmente dan los medios comerciales, que a lo sumo se limita a espacios chicos y controlados destinados a mensajes de la audiencia.

"El proceso de la comunicación supone codificar y decodificar los signos, ciertamente. Pero va mucho más allá de eso: buscar entablar una relación activa, interactiva, con el receptor. Intercambiar con él sus opiniones, sus valoraciones personales, *sus verdades*. En la coincidencia de significados y la diferencia de sentidos radica precisamente la enorme riqueza de la comunicación humana"[5]. Esta es más posible en las radios sociales que en las otras.

---

5. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 56.

La radio como un espacio

En este tipo de radios, tan o más importante que la emisión en sí, es que la radio es un espacio de reunión abierto donde la comunidad recurre para socializar. En la radio se hacen fiestas, comidas, ferias, trueques, recitales, hay biblioteca, y de este modo es adoptada por la comunidad como su casa. Esto es fundamental para la identificación de la radio como parte de la comunidad, y aporta muchos elementos que sobrepasan lo estrictamente radiofónico. Esto es algo que no ofrecen las radios comerciales, mucho más cerradas en todo sentido. La radio social es un espacio apropiado por la comunidad de la que es parte.

Repetimos, es muy posible que estas características generales no las encontremos todas en todas las experiencias. De todos modos, vale la pena la mención como para ubicarnos.

20. La importancia de las radios sociales

Es importante la existencia de este tipo de radios, por varios motivos:

- **a)** Han sido y son imprescindibles para que los sistemas de comunicación de los distintos países sean un poco más democráticos que si quedara todo en manos del sector comercial.
- **b)** Son las que posibilitan que haya otras voces, otros temas y otros enfoques circulando en la sociedad.
- **c)** Fomentan el ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho a la comunicación.
- **d)** Fomentan la sociabilidad, el compromiso con los problemas comunes y la participación de la comunidad en el desarrollo de la misma.

e) Han servido y sirven para destapar informaciones que hacen a la vida cotidiana y son ocultadas por intereses económicos, fortaleciendo así la capacidad decisora de la personas.

f) Intermedia entre problemas y soluciones, entre reclamos y autoridades, aportando a hacer la vida cotidiana más amena.

g) Son un lugar en donde es posible la experimentación, la creatividad y la innovación, por no tener que atenerse tan estrictamente a leyes del mercado y el *rating*.

Deberían, entonces:

a) ser defendidas: muchas legislaciones anticuadas, intereses contrarios o falencias económicas, hacen que este tipo de radios muchas veces peligren. Deben ser defendidas, y las comunidades, tomando a las radios como suyas, deben defenderlas de los atropellos, los decomisos de equipos, tal y como han defendido a tantas en tantas oportunidades para que siguieran existiendo y dando todo aquello que las otras radios no dan;

b) ser fortalecidas: en un paso más proactivo de defensa de las radios sociales, las existentes deben ser fortalecidas, tanto a nivel económico, como de capacitación, producción, contenidos, participación, etc., para que sigan existiendo, crezcan y puedan competir con las radios comerciales de igual a igual por las audiencias; y

c) ser fomentadas: a su vez, debe fomentarse la existencia de nuevas radios –tanto desde lo legislativo, como desde lo económico y político– para propender a un mapa mediático en el cual este tipo de comunicación tenga mayor peso.

IV. EL RADIODRAMA EN LA COMUNICACIÓN DE UN MENSAJE

Ahora bien, hablemos de arte y ficción en radio. El radiodrama y los aspectos estéticos y artísticos de la producción radiofónica pueden encontrarse en todos los tipos de radios, y su utilidad para la persuasión, el convencimiento, la identificación, la generación de confianza y la divulgación más eficaz de información y opiniones, es innegable. Para esto son útiles muchas de las variantes que mencionamos en donde aparece lo ficcional o artístico en la radio.

Su utilidad en la comunicación de un mensaje se explica simplemente. Si uno escucha una información u opinión que está presentada de forma aburrida, sin música o con música mal elegida, siendo una lectura chata, es posible que nos distraigamos con otra cosa, o que no prestemos la debida atención; que no nos llame a escucharlo. Por lo tanto, el objetivo de emitir un mensaje que sea comprendido y asimilado, no estará siendo cumplido.

Pero si investigamos la forma de presentar una información de forma creativa, con variaciones en los sonidos, con elecciones cuidadosas en lo estético y artístico, seguramente será más atractivo al oído y esa atracción se verá traducida en

comprensión y conocimiento del mensaje. Y mucho más si presentamos la información a través de herramientas ficcionales como dramatizaciones ejemplificadoras, radioteatros, sketches, etc. Es mucho más ameno escuchar una historia, un cuento, y así comprender su significado, que un texto leído sin ninguna gracia. Asimismo, las formas ficcionales y artísticas de presentar la información causan identificación y cercanía, interpelando al oyente a sus propias vivencias, implicándolo, y haciéndolo parte de la experiencia o información relatada, con lo cual se logrará que ese mensaje llegue de mejor manera, y se cumplan los objetivos comunicacionales.

Por ejemplo, leer la declaración de los Derechos Humanos puede ser muy valioso, y puede ser comprendido, pero sin duda que idear una situación cotidiana en la cual un derecho esté interviniendo, y sea violado, provocará mejores resultados en la concientización de las implicancias de ese derecho, la importancia de defenderlo y las posibilidades de ejercerlo. Mencionar el derecho a la libertad de expresión parece una fórmula fría, lejana a lo palpable por la sociedad. Pero si mostramos a través de un pequeño guión una situación en la que una persona quiere opinar sobre cómo solucionar un problema de inundaciones en el barrio y no solo no la escuchan, sino que no la dejan opinar, se comprenderá mucho mejor de qué se habla cuando se habla de libertad de expresión. Es por esto que las herramientas de radiodrama son tan importantes –y muchas veces subutilizadas–, teniendo en cuenta su efectividad para desarrollar mensajes y comunicaciones sociales democráticos.

Vale el ejemplo de Radio Venceremos, voz del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) en la guerra civil de El Salvador en los años 80. Transmitiendo desde la selva, en constante movimiento y en constante amenaza, intentaban no dejar de lado lo estético, porque sabían que prestándole atención

a la forma, el contenido viajaba mejor. A pesar de las esperables complicaciones, le dieron su importancia, como puede verse en lo que cuenta Carlos Henríquez Consalvi, "Santiago", uno de sus integrantes, en su libro *La terquedad del izote*:

> "Cada noche es un universo de sorpresas técnicas o tropiezos simples, pero demoledores como el de ayer, cuando se nos mojaron los fósforos y hubo que levantar a todo el campamento para ver quién tenía tan sólo uno. Cuando hacemos programas especiales el trabajo es más lento, musicalizamos con más detenimiento, empleamos algún efecto de sonido y alguna canción que le dé más fuerza al texto."[1]

Si ellos pudieron, en esas condiciones y con esa tecnología, nosotros tenemos la responsabilidad de hacerlo.

La utilización social del radiodrama implica no solo una forma amena y efectiva de difundir contenidos e informaciones, sino también de concientizar e interpelar mostrando situaciones cotidianas y cercanas al oyente, y además dar visibilidad a problemáticas comunes que es dar visibilidad a la comunidad, hacia fuera y hacia adentro, siendo un espejo de sí misma que la fortalezca. El radiodrama con fines sociales permite ciudadanizar al ciudadano, fortalecer sus derechos y el ejercicio proactivo de sus derechos; que no espere a que alguien se los ceda y los respete por él; es brindarle más herramientas para desenvolverse en sociedad, pelear por lo propio y evitar atropellos.

El radiodrama interpela al oyente desde distintos aspectos. Es útil para interpelar su razón, a través de la presentación dinámica de conceptos. Pero también sirve para interpelar su emoción,

1. Henríquez Consalvi, Carlos ("Santiago"), *La terquedad del izote,* tercera edición, Ediciones Museo de la Palabra, San Salvador, 2003, pág. 67.

directamente a través de los sonidos empleados. El radiodrama puede provocar sentimientos como el miedo, la alegría, la angustia, la esperanza, no solo con las palabras empleadas, sino con su apoyatura sonora (la elección musical, los efectos, los silencios). En este sentido, tiene contenido en sí mismo al radioarte del cual hablaremos más adelante. La doble interpelación del radiodrama es, entonces, por un lado argumentativa, literaria, lexical, y por el otro, emocional, sonora, la que va directo al cuerpo, que es quien siente y vive la propuesta con su lógica propia, distinta a la de la razón. Por eso el radiodrama puede ser tan poderoso.

1. Radio social y radiodrama

La radio social debería ser el lugar más propicio en el cual utilizar herramientas artísticas y de radiodrama, por estar latente esta posibilidad para la experimentación, y porque todo depende mucho más de los realizadores. A su vez, porque las herramientas dramáticas y artísticas son muy importantes para conseguir efectividad en la difusión de un mensaje, pensando sobre todo en mensajes de bien público, campañas, llamados a la participación, etc.

Respecto de la vinculación entre los objetivos de una radio social y la utilidad de un radiodrama, vale la pena mencionar dos claves que pueden funcionar como reglas de oro para aspirar a una producción importante:

- Que tengamos objetivos sociales no nos da la excusa para hacer cosas aburridas. Que nuestro mensaje sea loable, no significa que todos deban esforzarse por escucharlo. Si hacemos cosas aburridas, adiós oyente, adiós atención, adiós objetivos sociales.

- Que tengamos poco presupuesto, equipos voluntarios, poca publicidad, no es la esencia de tener objetivos sociales. Por lo

tanto, tenerlos no nos exime de que debamos buscar siempre la máxima calidad en nuestras producciones.

Estos dos conceptos pueden expresarse en la idea de producir radioteatros con fines sociales: un formato que implica investigar, estudiar, y ser creativos a la hora de manejar los contenidos y conceptos, de presentarlos, de grabarlos y de editarlos. El radioteatro nos exige más la búsqueda de calidad y de entretención en nuestra producción.

2. El rol social del humor

Dentro de todo este espectro, bien cabe un lugar especial para el humor. El humor puede ser parte de cualquiera de los formatos y herramientas radiodramáticas mencionadas. Sin duda, con humor pueden decirse cosas muy duras y difíciles de tratar, que al decirlas con ironía o gracia, pueden acercarse un poco más a la sociedad, incluso en temas que son feos o complicados. A su vez, quita la solemnidad de la comunicación reivindicativa de derechos, que muchas veces puede caer en discursos aburridos que por eso no llegan a buen puerto.

El humor permite que el oyente preste atención, siga el desarrollo del argumento y por eso asimile el contenido conceptual. Fomenta la reflexión, al ofrecer conceptos de una forma que incita a la imaginación y a la creatividad; conceptos que no están masticados y digeridos. Esto hace entender a los oyentes que los realizadores no creen que sean tontos, y esto provoca más complicidad, que se traduce en sintonía (de la emisora y de ideas).

Además, por más repetido que sea, es cierto que con humor se dicen verdades muy serias, y muchas veces es la única forma de adentrarse en un tema y de llegar a las audiencias.

3. Campañas de bien público

Un lugar en donde la utilización de las herramientas dramáticas de la radio puede tener grandes resultados es en la creación de campañas de bien público. Las campañas de bien público se caracterizan por ser series de audios destinados a comunicarle al gran público alguna cuestión de importancia que hace a la vida cotidiana de las personas. Sus funciones son:

- **a)** concientizar
- **b)** informar
- **c)** educar
- **d)** llamar a la acción
- **e)** llamar a la denuncia
- **f)** llamar a la solidaridad
- **g)** brindar herramientas para un mejor desenvolvimiento social en un marco de respeto y ejercicio de los derechos, de desarrollo de las virtudes y de superación de los problemas.

3.1. Cómo elaborar una campaña de bien público

Las campañas pueden ser elaboradas por organizaciones no gubernamentales o Estados y distribuidas a las radios para su emisión, pero también ser producidas por las mismas radios, programas de radio o ciudadanos interesados.

Para pensar en la elaboración de una campaña debo poder reunir en cada pieza la siguiente información:

- **a)** el tema del cual queremos hacer la campaña (un problema global o local);
- **b)** el porqué de la importancia del problema y la solución;

c) lugares a donde recurrir por más información, denuncias o asistencia.

Es ideal también conseguir contactos con funcionarios competentes y con afectados, de haberlos, para tener distintas visiones sobre la problemática.

También, pensar en conseguir datos cuantitativos sobre el problema. Los datos cuantitativos, si bien muchas veces no expresan cabalmente el problema, son muy útiles para dar un pantallazo general de lo que pasa y mostrar claramente a alguien que no es especialista en el tema, la importancia y dimensión de lo que se está hablando. Además, son ideales para la radio, medio en el cual la información pasa rápido y hay menos tiempo para procesarla. Un dato cuantitativo, una cifra, una estadística, siempre es algo claro, conciso y concreto, que puede impactar y captar la atención de modo efectivo. En este caso, preferiremos poner cifras redondeadas. Confunde auditivamente, nos hace perder tiempo, y no hace gran diferencia si la deuda externa de un país de América Latina es 13 mil ochocientos cuarenta y siete millones. Ponemos "casi 14 mil millones" y listo. Además, como son las cosas en este lado del mundo, seguramente antes de que hayamos terminado nuestra campaña, ¡habrá ascendido a esa cifra!

Lo mismo con las enumeraciones. Pensemos en no poner todos los ítems de la misma, y de darle alguna gracia estética en la edición, ya que sino, se vuelven largas y aburridas y no cumplen con su cometido.

Debemos también pensar un slogan o frase característica, que es donde depositamos la gran parte de creatividad expresada en juegos de palabras, en giros poéticos, con concisión, brevedad, claridad, sin nada que esté de más ni sea poco comprensible.

El sentido general de una campaña de bien público –y por consiguiente, del slogan– será llamar a la conciencia y a la acción por algún problema que atañe a la sociedad, y para ello debemos interpelar a los oyentes en sus valores y sus anhelos. "Todos y todas llevamos un pequeño Robin Hood en el pecho, que querría vivir en un mundo menos desequilibrado."[2]

3.2. Lo artístico y lo ficcional en las campañas de bien público

Lo artístico puede aparecer hilando una campaña, desde la creación de una identidad sonora de la misma (esto es, sonidos, música característica, una voz, que se repitan o aparezcan en todas las unidades de esa campaña), y desde la creación de un slogan de campaña que resuma de modo creativo y sencillo los principales motivos de la campaña. El slogan muchas veces puede ser el nombre de la campaña, y otras veces, además del slogan hay un nombre de campaña. También suele agregarse una "bajada", que es una frase que profundice, agregue información o sea más explicativa de la campaña, dejando al slogan la posibilidad de ser más artístico o poético, ya que la información estará en esa "bajada".

Lo ficcional aparece a través de dramatizaciones o recreaciones que ayudan a comprender la importancia de la campaña, fijar los consejos, entender las situaciones cotidianas que se pueden ver afectadas y las formas de llegar a soluciones.

Las dramatizaciones o recreaciones pueden ser el centro de una cuña o spot, iniciado con el nombre de la campaña y el slogan, y luego, finalizado con lo que se conoce como "firma", esto es, la institución responsable de la campaña y algún dato a donde recurrir por más información.

---

2. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 447.

También pueden formar parte de alguna pieza más amplia, que sea parte de la campaña, como un informe, un micro, un programa. También puede pensarse en producir un radioteatro en capítulos como una campaña de bien público en sí misma o como parte de una más amplia. De este modo, lo ficcional sería casi el centro de la campaña. Con la herramienta ficcional se acercan contenidos e informaciones de mejor modo para su asimilación por parte del público, junto a ingredientes de entretenimiento y placer que hacen más ameno el transporte de datos y opiniones, y más posible la reflexión propia del oyente.

3.3. Diseño e implementación

Para crear una campaña de bien público debemos:

a) identificar problemáticas: ver cuál es el problema sobre el cual queremos actuar con nuestra campaña, recabar la información necesaria, los contactos de especialistas y afectados, etc.

b) establecer qué queremos decir: elegir qué aspectos de todos los que tenemos, vamos a utilizar como parte de nuestra campaña. Nuestra investigación o conocimiento del tema nos dará mucho material, que hay que saber acotar y elegir para que nuestra campaña sea focalizada y no confunda sobreinformando. Muchas veces es mejor comunicar lo importante de la mejor manera, que comunicar mucho, ya que eso puede confundir el eje de lo fundamental y terminar siendo perjudicial para los objetivos de una campaña.

c) a quién: construir nuestro público ideal objetivo. Es decir, a quiénes les estaremos hablando, a quiénes intentaremos interpelar con nuestro mensaje, a la vez que ser concientes de cuál es nuestro público global real

al que accederemos a través de la programación de la radio en donde aparezca la campaña. Debemos conocer quiénes son, qué competencias manejan, qué intereses tienen, qué actividades, etc. Toda esa información nos servirá para saber de qué manera presentar los datos y los contenidos.

d) <u>cómo</u>: si el contenido ya lo tenemos, ahora hay que saber diseñar la "forma" de la campaña, es decir, cómo se presenta toda esta información, su estética sonora, y esto se hace organizando la información recavada, eligiendo cómo decirla, ordenándola en guiones, e imaginando qué sonidos y músicas debería tener, para agregarlas al guión y luego concretarlo con la edición.

e) <u>para que haga qué</u>: la campaña debería tener como objetivo que nuestro público –o al menos algunas personas– hagan algo que aporte a aminorar los efectos del problema que deseamos atacar con nuestra campaña: que tomen precauciones de higiene para prevenir enfermedades, que denuncien irregularidades para perseguir la corrupción, que se fijen la fecha de vencimiento de los productos que compren, que revisen las cuentas de los servicios para no pagar de más, o simplemente que piensen o tomen conciencia de un problema, etc.

4. El radioteatro

Quizás el formato con más desarrollo e historia dentro de las variantes de radio de ficción, es el radioteatro. Metámonos en su mundo.

4.1. Definición

Una definición del radioteatro que podríamos pensar es que es teatro en radio. Pues bien, la palabra lo dice. Se trata de un

formato de ficción para radio en el cual se desarrollan historias, y avanzan a través de la participación de distintos personajes. Podríamos distinguir entre radioteatro y radionovela, donde el primero es unitario, en el cual la historia comienza y termina en la misma emisión; y la segunda es una historia larga en capítulos, al estilo de las telenovelas que surgieron después. Esto es lo más común. Aquí llamaremos radioteatro a ambas variantes, ya que en ambos se van abriendo problemáticas, y con la participación de los personajes que encarnan distintos roles, se van dando las distintas situaciones, y solucionando o no las problemáticas abiertas. Lo central es que es una historia guionada de ficción contada con actuaciones, diálogos y sonidos. La diferencia de su extensión, nos permitiría hilar más fino que lo que necesitamos. Podemos llamarlos radioteatro y radionovela, o radioteatro unitario y en capítulos. Y listo.

Si no es en capítulos con un hilo que continúa (radionovela), pueden ser capítulos que abren y cierran una subhistoria en cada uno, o radioteatros unitarios, en los cuales la historia empieza y termina completamente en esa emisión.

4.2. Características generales

Algunas características generales del radioteatro coinciden con características generales de todos los tipos y formatos de radio de ficción. Y otras son específicas.

- **a)** son piezas radiofónicas;
- **b)** son de ficción (aunque pueden contarse hechos reales ficcionados);
- **c)** están compuestos por escenas. Estas son las unidades de acción delimitables, con un tiempo y un espacio, que se suceden una tras otra, que son separadas entre sí de distintos modos (con música, con la ayuda del relator,

con un sonido característico de elipsis temporal) y que hacen avanzar a la historia;

d) tienen un móvil de la acción, ya sea conflictivo o temático;

e) generalmente son en capítulos, aunque puede haber unitarios;

f) pueden ser de distintos géneros: drama, comedia, acción, etc.;

g) utilizan las herramientas del lenguaje radiofónico (voz, música, efectos y silencios);

h) suelen apoyarse mucho en los efectos para generar climas, espacios y verosimilitud;

i) solían hacerse en vivo, con efectos en vivo, y con público presente;

j) es un formato con mucha tradición;

k) suelen tener relator y personajes;

l) son ideales para provocar identificación y seguimiento por parte del oyente, gracias a la construcción de confianza en el tiempo y el suspenso de continuidad.

4.3. Historia

Si bien los primeros años de la radio las transmisiones se volcaron más a lo musical, pronto comenzaron a aparecer géneros hablados y, en lo que a nosotros nos interesa, actuados, como poemas, monólogos, parodias, y el humor en distintas formas.

Luego, el teatro cobra protagonismo en la nueva sensación que fue la radio. Así, comenzaron a aparecer obras de teatro transmitidas en vivo. El arte teatral fue adaptándose hasta llegar a lo que se conoce como radioteatro. Hubo una rápida adaptación que fue

desde teatro transmitido en vivo a obras en capítulos, escritas e interpretadas especialmente para radio. Para comienzos de los años 30, ya existía el radioteatro tal como lo conocemos desde siempre.

Desde los años 30 en adelante, el radioteatro fue centro de reunión familiar. Las familias sintonizaban los grandes aparatos para escuchar en conjunto el radioteatro de entregas en capítulos, en general en vivo. La escucha en estos momentos era un momento social, compartido, familiar. Esto, sobre todo, alentado por las posibilidades tecnológicas, que aún no presentaban la chance de escucha personal con radios portátiles o auriculares. De este modo, se prendía la radio, que era un mueble importante en las salas de las casas, para disfrutar de las aventuras e historias, que desde los años 30 hasta la aparición fuerte de la TV en los 60s, fueron masivas.

Con la aparición y consolidación de la TV, el nuevo medio desplaza en cierto modo a la radio, que sin embargo no muere, quedando como un medio-refugio que realza y explota sus características de cercanía, confianza, fidelidad para con el público. La TV comienza más impersonal. El radioteatro es lo que se ve más afectado con la aparición del nuevo medio, ya que si de historias en capítulos hablamos, la telenovela gana al gran público, sobre todo a partir del traspaso de las estrellas de la radio a interpretar estas historias en televisión.

Es por esto que, en general, a partir de los años 60 –70 en algunos casos– el radioteatro empieza a quedar en el olvido o a sobrevivir en experiencias puntuales y excepcionales. Nada comparado al auge inicial en el que los actores de radioteatros –muchos de los cuales venían del teatro– eran verdaderas estrellas, y las historias se presentaban en giras artísticas nacionales, con presencia de gran cantidad de público.

Podemos hablar de un cambio en la historia del radioteatro, en la cual podemos identificar una primera etapa de auge y gran popularidad, que puede mencionarse con un énfasis marcado en el entretenimiento, con historias románticas, de misterio o de acción; y una segunda etapa, luego del ascenso de la TV en la que el radioteatro se estanca. Si pudiéramos hablar de una tercera etapa, en la que se intenta hacer resurgir al radioteatro, veríamos que el énfasis en este período –entendiendo que la TV satisface en gran parte el entretenimiento y no tiene mucho caso competir– se pone en la función social del formato, como herramienta de alfabetización, concientización, persuasión, prevención, ciudadanización, educación, etc., más marcadamente que al principio.

Quizás el caso más paradigmático –y que más trascendencia ha tenido– que ilustra la importancia del radioteatro, y el impacto y penetración del formato en la población, es el de *Guerra de los mundos*.

El 30 de octubre de 1938, Orson Welles montó una historia en radio, basada en una novela de H.G. Welles. Se trató de una puesta en escena en donde se fingía un ataque extraterrestre, y la radio transmitía en vivo todos los acontecimientos que se estaban produciendo por la invasión. La forma que eligió para presentarlo fue la de falsos boletines informativos que interrumpían la habitual programación musical de la emisora. Esto sin duda agregó verosimilitud al radiodrama.

A pesar de que al comienzo avisó que se trataba de una ficción, muchas personas lo creyeron. Pronto cundió el pánico entre la población. Muchas personas salieron a las calles, se escaparon, se escondieron, llamaron a la policía, y hasta se registraron varios suicidios. El acontecimiento pasó a la historia como un momento paradigmático que ilustra la confianza de las personas al medio radiofónico, como así también cómo éste puede interpelarlos y tocarlos en su cotidianidad, desde la ficción.

Otro ejemplo importante es el de los Hermanos Marx, grupo de humor de Estados Unidos, conocidísimo por sus películas, que en pleno éxito aceptaron realizar un radioteatro para una de las cadenas estadounidenses más importantes: la NBC. A pesar del reconocimiento que ya tenían, aceptaron hacer una historia en capítulos para la radio –*Flywheel, Shyster y Flywheel*–, dando cuenta de la importancia y cercanía del medio y el formato dramático, incluso para los ya consagrados en otros soportes. El radioteatro duró apenas seis meses entre noviembre de 1932 y mayo de 1933, con 26 capítulos, y estaba presentado, como se estiló durante mucho tiempo y en todos los países, por alguna marca de productos, en este caso la Standard Oil y la Colonial Beacon Oil. De este modo, las transmisiones y puestas en escena iban asociadas a una marca, lo cual también habla de la inserción de este arte en la sociedad, muy buscado por las empresas y la publicidad por este motivo.

4.4. Utilidad social del radioteatro

Si bien desde su origen el radioteatro estuvo orientado al entretenimiento, al modo de las telenovelas o películas de acción, desde el surgimiento de la televisión y la comunicación comunitaria y alternativa, se identifica la utilización del radioteatro como una herramienta de difusión, concientización, educación, prevención; en definitiva, de fortalecimiento del ejercicio de ciudadanía en muchos de sus casos.

Pero ¿qué es lo que tiene el formato radioteatro que lo hace útil para fines sociales?:

a) Dinamismo: principalmente, su capacidad de comunicar un mensaje de forma amena, entretenida, dinámica, divertida.

b) Oralidad: la transmisión oral de conceptos es percibida como más cercana, además de que elude (y

a veces contribuye a su erradicación) el problema del analfabetismo y de la falta de interés en la lectura.

c) Educación tangencial: el radioteatro permite comunicar un concepto de forma creativa, sin ser lineal, directo y explícito, "de costado", y de este modo, el mensaje ser mejor asimilado.

d) Identificación: la presentación de problemáticas en forma de historias permite identificar al oyente con eso que escucha, a transportarlo a esa historia y vincularla con la realidad propia que palpa en el día a día. Permite identificarse con los personajes, con sus problemas y con sus soluciones. De este modo, es útil para el llamado a la acción o a la responsabilidad social en problemas comunes.

e) Doble apelación: sobre todo de las dos últimas se desprende que el radioteatro no solo puede apelar desde lo racional e informativo, como un contenido periodístico, sino que también puede apelar desde lo emocional y sensible.

Mario Kaplún, prócer del radiodrama como herramienta para comunicar mensajes educativos y sociales, refiere que el radioteatro tiene mucho potencial como instrumento de educación popular, "no solo por su condición de género dinámico que atrae vivamente el interés de las audiencias masivas y moviliza su atención; sino también por otras razones más profundas, que remiten a lo pedagógico"[3]. Y describe, haciendo referencia al porqué de la elección del radiodrama para una de sus conocidas series como fue *Jurado número 13*, otras ventajas:

---

3. Kaplún. Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile, 1992, pág. 74.

"Para la acción educativa que íbamos a emprender, encaminada a suscitar interrogantes fermentales, necesitábamos un formato que se apartara del discurso expositivo y abstracto; que tuviera vida, situaciones, conflicto, dilema. La forma dramatizada nos permitiría –y nos exigiría a la vez– humanizar los problemas, encarnar los conflictos en personajes de carne y hueso, convertirlos en acción, en historia, en relato. Es así como se comunica al pueblo, contando, narrando, intercambiando casos sucedidos, historias. En función de esas mediaciones, el problema de los cinturones de miseria urbanos se convirtió para nuestra serie en el *Proceso a un Alcalde*, un alcalde con nombre y apellido, con su psicología y su personalidad propias, con sus hábiles latiguillos demagógicos de político avezado. De igual modo, el grave problema de deserción escolar se desprendió de las áridas estadísticas para revestirse de aristas cotidianas en *El caso del niño desertor*, de un niño concreto fracasado en la escuela, repetidor sempiterno, llamado Domingo Suárez, y hasta con su apodo familiar de Mingo."[4]

4.4.1. Algunos casos

El radioteatro es una herramienta que tiene todo para ser protagonista en los cambios sociales, y en el fomento de la participación. Si bien esto es así, aún no se ha llegado a la masividad.

Un ejemplo es un radioteatro realizado en la India, coproducido entre una organización llamada Centre for Ecological Sciences y la radio All India Radio de Bangalore. Aquí se lo ha llamado

4. Kaplún. Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile, 1992, págs. 75-76.

radioteatro interactivo, pues no solo toma un tema de relevancia social como es la biodiversidad, sino que la herramienta tiene como objetivo comprometer y llamar a la participación a la población. Además, se basa en sus propias percepciones, ya que el radioteatro, pensado en capítulos organizados por subtemas, aborda cuestiones recolectadas luego de entrevistas a distintas personas. Pero hay dos elementos interesantes más, y que le agregan más interactividad aún: esas entrevistas fueron integradas a las piezas radiofónicas, y además, luego de instaba a los oyentes a enviar cartas con información u opiniones sobre cada capítulo.

> "Los programas se basaron en una dramatización serial, es decir, un radioteatro continuado de dos personajes, un hombre y una mujer llamados Ravi y Bhuvana que viajan por el estado de Karnataka. En la obra los personajes se encuentran con varias personas y situaciones donde se les enseña sobre la biodiversidad la cual convierte en un motivo para discutir varios temas relacionados con la biodiversidad. Antes de grabar la dramatización en el estudio, los productores de la obra viajaron a varias partes del Estado para grabar entrevistas con personas de las comunidades populares con respecto a la biodiversidad de su entorno inmediato y sus vidas diarias. Las voces de las personas entrevistadas fueron luego incorporadas a la dramatización, que fue posteriormente grabada en un estudio de grabación con actores profesionales que interpretaron a los dos personajes. La serie fue diseñada para interactuar con los oyentes, solicitando al final de cada episodio que se enviara información por medio de cartas. Cada episodio dramatizado trataba sobre un tema, seguido de un

> episodio de entrevistas con expertos que hablaban sobre el tema tratado en el episodio anterior. El primer episodio presentó los antecedentes y los objetivos de la preparación del plan de acción. El último episodio consistió en un programa en vivo con participación del público y un panel de expertos para contestar las preguntas de los oyentes.
>
> La serie resultó ser muy popular y agregó mucho valor al plan de acción, ya que la radio llega incluso a áreas remotas donde no hay electricidad, y traspasa la barrera de la alfabetización. Según las estadísticas de All India Radio (AIR), la serie fue escuchada por 9,4 millones de oyentes en total. Se recibieron un total de 800 cartas en AIR, algunas con fotografías. Las cartas eran también enviadas desde áreas remotas del Estado. Luego esas cartas fueron entregadas a CES para ser incluidas como información relevante en el plan de acción."[5]

Este caso demuestra que el radioteatro bien pensado y bien utilizado, es fundamental para comunicar mensajes, y útil para fines sociales. Claro que requiere esfuerzos mancomunados, creatividad y trabajo. Resumiendo: en este radioteatro, y que valga como ejemplo, se pudo:

- **a)** realizar un radiodrama para difundir una temática social;
- **b)** que además de difundir, llame a la participación;
- **c)** que exprese dramáticamente vivencias sociales reales;
- **d)** que se integre la palabra de las personas reales a la historia;

5. Apte, Tejaswini, *Radioteatro interactivo,* IIED, 2005, en http://www.policy-powertools.org/Tools/Organising/docs/interactive_radio_drama_tool_spanish.pdf

e) que se llame a la población a opinar e informar sobre cada tema.

En América Latina, pueden verse muchos ejemplos de este tipo, con distintas finalidades, como parte de distintos proyectos, por iniciativa de radios, organizaciones, Estados o grupos de personas.

La organización Radialistas Apasionadas y Apasionados[6], con sede en Quito, Ecuador, se dedica a la producción de contenidos radiofónicos educativos y con fines sociales. Hacen énfasis en las dramatizaciones como herramienta para lograr sus objetivos. Su coordinador, José Ignacio López Vigil, tiene amplia trayectoria en América Latina produciendo contenidos en los cuales a través de la ficción se cuentan realidades o se fomenta la reflexión y el debate. Algunas de sus series clásicas son *Un tal Jesús*[7], *Otro Dios es posible*[8], *Esta tierra es nuestra*, *500 engaños*[9]. En la misma tónica, es ineludible la referencia a Mario Kaplún y clásicos que han viajado por las radios de todo el continente como *Jurado Número 13*[10], donde en forma de juicio, se desarrollan problemas latinoamericanos.

El proyecto "Nosotros también podemos" utilizaba el radioteatro en zonas rurales como forma de mejorar la expresión oral y escrita[11]. AMARC realizó un radioteatro para prevenir el SIDA llamado "Ponte pilas, el sida, si da"[12]. En Rancagua, Chile, un grupo de ancianos realizó radioteatros para comunicar a

---

6. http://www.radialistas.net/

7. Escrito junto a María López Vigil, http://www.untaljesus.net/

8. http://www.radioteca.net/verserie.php?id=4105

9. http://www.radioteca.net/verserie.php?id=413

10. http://www.serpal.org/jurado.php

11. http://premio.fundacionlanacion.org.ar/2009/verProyectos.php?proyecto=3&tipo=ambito&id=rural

12. http://www.radioteca.net/verserie.php?id=1756

escolares formas de consumo alimenticio más beneficiosas[13]. En Costa Rica, Voces Nuestras[14] ha empleado al radioteatro como una herramienta de educación y de difusión de temas relevantes que no tienen lugar en los grandes medios, como la migración. El radioteatro en la región andina y en Centroamérica es fundamental para la educación popular y sobre todo para prevención de enfermedades. Pero revisemos resumidamente algunos hitos del radioteatro en América Latina, los de mera entretención y algunos casos relevantes con finalidades sociales.

5. El radioteatro en América Latina

Si bien el origen y desarrollo del radioteatro en los países de América Latina puede decirse que es en general coincidente, repasemos aquí algunos hitos y casos paradigmáticos de su presencia en algunos países puntuales de la región:

5.1. Argentina

Las primeras experiencias en la radio argentina que se basaron en la ficción o en elementos artísticos, fueron los monólogos y los recitados.

Una de las experiencias que primero se acercó al radioteatro fue cuando en 1926 la Agrupación Dramática Radio Nacional comenzó a representar obras de teatro en radio. Estas eran representadas tal cual lo eran en el teatro, por lo que si bien eran acercamientos, aún no estaba desarrollada completamente la adaptación y mucho menos la creación especialmente pensada para radio. Poco a poco esto fue desarrollándose, en virtud de la buena recepción que los oyentes tuvieron de la novedad. Enseguida, todas las radios comenzaron a incursionar en este tipo de emisiones.

13. http://www.elrancahuaso.cl/admin/render/noticia/20124

14. http://vocesnuestras.org

Luego vinieron audiciones de radio en las cuales se combinaba música en vivo con algún que otro sketch.

En 1929, Francisco Mastandrea, influenciado por los folletines (historias impresas en entregas) decide realizar lo mismo para radio, al incluir historias dentro de un programa musical, con la creación de *La caricia del lobo*, primera radionovela en entregas, una historia de campo que no se resuelve cada día, sino que continúa. Mastandrea ya había hecho un primer intento años antes, con *Una hora en la pampa*, considerado por muchos como la primera experiencia de radioteatro.

Los primeros radioteatros, creados y producidos especialmente para radio, fueron impulsados por Andrés González Pulido desde 1931 en Radio Belgrano, en nombre de la agrupación *Chispazos de tradición*: primero fue *La estancia de Don Segundo*, y luego vinieron *El matrero de la luz, El puñal de los centauros* y otros. Se trató de historias basadas en lo folklórico y en la tradición criolla nacional, apoyadas en los diálogos, influidas por la literatura gauchesca, tan importante en la Argentina. *Chispazos de tradición* fue el primer ciclo de radioteatros rotundamente exitoso.

Cuentan Carlos Ulanovsky y otros: "El radioteatro llegó velozmente al corazón de los oyentes y modificó horarios, ritmos y costumbres. La compañía de teléfonos observaba que a la hora del radioteatro disminuía la cantidad de llamados. Grandes tiendas como Harrod's tuvieron que colocar altoparlantes para que la clientela no dejara de ir. Los empresarios cinematográficos de todo el país exigieron a la radio que cambiara el horario porque la pasión por 'Chispazos' estropeaba la asistencia a la función de la tarde. Los anunciantes del ciclo, los cigarrillos Condal, se opusieron firmemente y apenas si consintieron a autorizar la instalación de parlantes en algunos pocos cines."[15]

15. Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J.J., y Tijman, G., *Días de radio (1920-1959)*, Emecé, Buenos Aires, 1995, pág. 75.

Al género gauchesco, pronto se sumaron el policial (*Ronda Policial*, *Las aventuras de Arsenio Lupin*, *Las aventuras de Carlos Norton*, *Sherlock Holmes*, *Peter Fox lo sabía*), los grandes dramones (*Piedad para mi madre*, *Pecado de mujer*) y el romántico (*Miedo de amar*, *Cuando nace el amor*) que fue un género preponderante en los 40. Los radioteatros se emitían todos los días.

El éxito creció de tal manera, que los radioteatros eran presenciados con público en vivo, y las compañías hacían giras por el interior del país. Llegaba a haber hasta diez mil personas para presenciarlos, y los libretos se vendían al público. En la década del 40, sobresalieron las producciones de Zeneida Suárez Corvo como *La virgen de piedra, El halcón blanco, El caballero de las dos rosas.*

En los años 50, cabe destacar el éxito del radioteatro costumbrista y familiar, con *Los Pérez García* (Radio El Mundo) a la cabeza.

Otros radioteatros realmente exitosos fueron *Nazareno Cruz y el lobo*, *Soy judío*, *Por las calles de Pompeya llora el tango y la Mireya*, *El león de Francia* (Radio del Pueblo) o *Tarzán* (Radio Splendid), para los más chicos.

Los 60s fueron los años del auge de la TV y el traspaso de los planteles de actores de la radio hacia el nuevo medio. Salvando algunas excepciones, el protagonismo del radioteatro se congela.

Ya en los 90s vemos experiencias que lo revitalizan, como los radioteatros humorísticos en vivo en el programa juvenil *Cuál es?*.

El destacable ciclo *Las dos carátulas* de Radio Nacional, está al aire desde 1950 hasta nuestros días. No solo revitaliza el formato, sino que conserva también su original puesta en escena en vivo

y con público, en el auditorio del privilegiado edificio de la calle Maipú en Buenos Aires, hecho a semejanza de la BBC de Londres, donde funcionara la Radio El Mundo en los primeros años de la radiofonía en Argentina. Según la web de la radio, *Las dos carátulas* "abarca todos los géneros de la literatura teatral: la comedia costumbrista, el género criollo, grotesco, la sátira, la tragedia"[16].

En 2010 hay experiencias a destacar: *Secretos Argentinos*, por Radio Nacional, y *Odiseas de la memoria*, de Radio Nacional Córdoba[17] presentan en forma radioteatro sucesos históricos importantes de la historia argentina, proponiendo una mixtura entre periodismo y arte, entre documental y ficción.

5.2. Bolivia

Entre las décadas del 30 y del 50, las radios masivas de Bolivia se vieron invadidas por el radioteatro, gozando de gran éxito. Proliferaron las compañías de radioteatro, y algunas emisoras tenían sus agrupaciones estables, como Radio Nacional de Bolivia y Radio Amauta. En el interior, Radio Grigota (Santa Cruz de la Sierra) se hizo conocida por sus radionovelas.

El radioteatro fue utilizado con fines políticos por EE.UU. en Bolivia, como una herramienta para contener al "fantasma" del comunismo que asomaba en el mundo y le disputaba el protagonismo al país del norte. De este modo, incidieron directamente sobre la programación boliviana, y al tanto de la importancia y penetración del radioteatro en las familias, eligieron este formato para intentar incidir en la opinión pública. Radioteatros anticomunistas como *Ojo de águila* y *Los tres caballeros* demuestran el importante papel de este arte en una sociedad.

16. http://www.radionacional.com.ar/audios/las-dos-caratulas-presenta-espectros.html

17. http://am750.listen2myradio.com/

También las radios mineras utilizaron radioteatros con fines educativos o de difusión. Algunos ejemplos son *La niña de sus ojos*, *La chaskañawi*, *Raza de bronce*, *Metal del diablo*.

5.3. Brasil

En Brasil también existían sketches, versiones radiales de obras de teatro, y pronto, obras hechas especialmente para radio. A fines de la década del 30 en Radio Nacional se emitían obras de teatro radializadas, y desde los 40 se emitió *Gente de circo*, una historia en capítulos. Pero lo que es considerado el primer radioteatro es *En búsqueda de la felicidad*, en base a una historia creada en Cuba, país central en la radionovela latinoamericana. Por esto, en Brasil se estiló hasta los años 50 emplear la adaptación de historias, en su mayoría cubanas, para su puesta al aire en la radio. Otros radioteatros pioneros fueron *Fatalidad* y *Mujeres de bronce*. El más exitoso fue *El derecho de nacer*, que duró tres años desde 1951, en base a una historia hecha en Cuba.

El público era mayormente femenino, como lo revela un estudio del Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística, que en 1944 llegó a la conclusión de que se trataba de un 70% contra 20% de hombres y 10% de niños.

En cuanto a historias nacionales, el mayor éxito fue Jerônimo, o Héroe do Sertão (1953). Con la aparición de la TV, muchos de los autores brasileños de radioteatro pasaron a escribir telenovela, género en el que Brasil está a la vanguardia en la producción latinoamericana.

Por la aparición de la TV y la pérdida de auspicios de los radioteatros (en general productos de limpieza y cosméticos que apuntaban al público femenino), el formato decayó, casi desapareciendo hacia los años 70.

5.4. Chile

Sin duda uno de los grandes hitos en la historia del radioteatro chileno es *El siniestro Doctor Mortis*, primero en el género de terror, creado por Juan Marino. Hoy en día es considerado una parte fundamental de la historia radiofónica chilena y se recuerda como un radioteatro de culto. De hecho, se suceden homenajes, páginas que recopilan su material, se publican historias y entrevistas, recordando siempre este suceso[18]. Hasta se ha editado en 2011 en dvd y puesto a la venta con el periódico de circulación nacional *La Tercera*, agotándose rápidamente.

Otros radioteatros exitosos consistieron en adaptaciones de novelas como *Adiós al séptimo de línea* o, al igual que en Brasil, *El derecho de nacer*, adaptación de la obra cubana. También cabe mencionar *Confidencias de un espejo*, una historia de mujeres abandonadas, o *La tercera oreja*, radioteatro de terror de la década del 60.

Según la enciclopedia online *Icarito*, "sus temáticas, motivos y personajes (de los radioteatros chilenos) son herederos directos del folletín: la mujer engañada, la madre soltera, usurpación de fortunas, hijos perdidos que luego se reencuentran, la ceguera, la invalidez como desgracia o como fingimiento para engañar, las diferencias sociales."[19]

También fueron masivos y había presentaciones con público por todo el país. Respecto de las reacciones del público en vivo, señala *Icarito* que no solo vivaban a los buenos y agredían a los malos, sino que muchas veces sufrían decepciones al conocer que el aspecto físico que imaginaban al escuchar a los personajes, no era el que realmente veían al conocer a los actores.

18. Por ejemplo, www.mortis.cl

19. http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/segundo-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/lectura/2009/12/98-469-9-3-la-literatura-masiva.shtml

Una historia curiosa cuenta que en 1944 se hizo una emisión similar a la ya mencionada *Guerra de los mundos* de Orson Welles. No llegó a haber pánico generalizado ni suicidios, pero como en aquélla, si bien se aclaró que era una dramatización, un gobernador avisó al ministro de Guerra que tenía listas las tropas ante una posible invasión extraterrestre.

Más hacia la actualidad, Radio Agricultura intentó recuperar el formato con la puesta al aire de un radioteatro policial: *A sangre fría, el radioteatro del crimen*.

Una experiencia actual interesante es la del Taller de Radioteatro Comunitario en Temuco, que realiza *Memorias de mi barrio*, en el cual a través de la forma de radioteatro se cuentan las distintas historias y vivencias del sector de Pichicautín, quedando el registro como un patrimonio cultural comunitario. "La historia recoge momentos desde la primera mitad del siglo XX hasta la actualidad; la ocupación de los terrenos por una toma, la construcción de las viviendas, las inundaciones, el golpe de Estado, personajes, los conflictos y alegrías de este barrio."[20]

También, a fines de los años 90, un proyecto de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Diego Portales de Santiago de Chile llamado *Para escuchar a la ciencia: programas radiales de motivación científica* tuvo como objetivo recuperar el radioteatro como herramienta de divulgación y educación inicial, para difundir temas científicos de relevancia social entre niños. El programa fue utilizado por 32 emisoras.

Un ejemplo de radioteatro para fines sociales es el proyecto *Coloquios para el consumo humano*, en Rancagua, emprendido por la organización Alter Vía, en donde se realizaron radioteatros en vivo con público, como en los años 50. Aquí, el público eran

20. http://www.laopinon.cl/admin/render/noticia/20704

niños escolares a quienes se quería informar de los beneficios de comer sano, y los actores, personas de la tercera edad, que vivieron las épocas de esplendor de este tipo de puesta en escena. "La actividad en sí tuvo como eje central la radio en la década del '50, cuando era todo un espectáculo y se daban shows en vivo, con bailes, cantos y teatro. Fue precisamente eso lo que hicieron un grupo de adultas mayores: montar mini-sketchs donde la temática –siempre con tono lúdico– era el consumo de antaño vs. el actual. Lo de la radio no es azaroso, ya que *Coloquios del Consumo Humano* actualmente tiene un programa que va todos los miércoles a las 09:15 Hrs. por Radio Digital FM, en el 98.3, donde los temas de consumo se profundizan con distintos invitados."[21] Experiencias como esta, suelen repetirse en muchos lugares, y ser de gran utilidad en escuelas públicas.

5.5. Colombia

En Colombia el momento del radioteatro era un momento esperado durante todo el día para reunirse en familia frente al aparato transmisor a escuchar qué sucedía en historias que mantenían en vilo al público, como *Arandú, el príncipe de la selva*, *Las aventuras de Montecristo*, *La ley contra el hampa*, y *Kalimán, el hombre increíble*, con libreto importado de México.

También tuvieron éxito la versión vernácula de la cubana *El derecho de nacer*.

El radioteatro sirvió mucho en Barranquilla para difundir la cultura propia, y sobre todo la música. Así lo destacan Antequera Ripoll y Obregón cuando dicen que "no cabe duda de que el radioteatro influyó en el desarrollo de la música de la Costa. Los músicos y cantantes encontraban espacios para dar rienda suelta a su creatividad e ingenio. Por eso, desde el punto de vista

---

21. http://www.elrancahuaso.cl/admin/render/noticia/20124

socioeconómico, la radio barranquillera generó la creación de mercados de trabajo para los músicos. (…) Los radioteatros oxigenaron el gusto musical del barranquillero."[22]

Como ya lo venimos señalando, el radioteatro es terreno fértil para la educación, la difusión de derechos, y el aglutinamiento social. Es el caso también del rol del radioteatro en Colombia, analizado por los autores ya citados: "La radionovela cumplió en Barranquilla, como en el resto del país, un papel aglutinador desde el punto de vista antropológico. Las radionovelas contribuyeron a desarrollar una comunicación por medio de la tertulia y la charla, la cual reunía a la familia alrededor del aparato radial. Así mismo, creaba en los públicos imaginarios de diversos tipos que servían de evasión a las audiencias frente a los conflictos sociales y económicos que comenzaban a gestarse en el país."[23]

Más en la actualidad, Radio Nacional de Colombia y la Fonoteca Nacional rescatan aquellos radioteatros a partir de la publicación en discos compactos[24]. Asimismo son destacables dos experiencias actuales de radioteatro. Por un lado *Los detectives de Radiónica*[25], la producción de la FM pública, que con un estilo juvenil, dinámico, muy editado, incluye como personajes a los grandes del arte, e incluyen los errores de grabación como parte del producto final, combinando la ficción con la realidad de esa ficción constantemente.

---

22. Antequera Ripoll, Juan Carlos, y Obregón, Rafael, "La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla (Colombia)" en revista Investigación y Desarrollo, volumen 10, número 2, Universidad del Norte, 2002, pág. 164. http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/10-2/la_radio_como_dinamizadora_de_procesos_sociales.pdf

23. Antequera Ripoll, Juan Carlos, y Obregón, Rafael, "La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla (Colombia)" en revista Investigación y Desarrollo, volumen 10, número 2, Universidad del Norte, 2002, pág. 165. http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/10-2/la_radio_como_dinamizadora_de_procesos_sociales.pdf

24. http://www.fonoteca.gov.co/index.php/home/producciones/item/237-el-retablo-de-las-maravillas

25. http://www.radionica.gov.co/home/articulos/item/160-%C2%A1radioteatro-en-vivo

Y por otro lado, producciones especiales de Radio Nacional, donde destaca *Agua que no has de temer*, radioteatro unitario producido con participación de sonidos reales, actuaciones y guión de distintos lugares de Colombia, Argentina, España, Brasil, Chile, Cuba, Ecuador, México, Pasraguay, Peŕu y Venezuela, aprovechando las tecnologías de la información y la comunicación, ensayando a distancia, grabando en distintos lugares, etc.[26]

5.6. Cuba

Cuba siempre ha sido un país referente en cuanto a radiodrama, ya que allí este formato tuvo mucho éxito y mucha producción, llegando a adaptarse en otros países latinoamericanos, como mencionamos, historias creadas en la isla.

Las transmisiones radiales se iniciaron en 1922. La década siguiente ya estuvo invadida por el radioteatro. En la emisora PMX, ya en la década del 20 empezaron a aparecer los sketches y diálogos, y hacia 1929 se desarrolló la primera emisión radial de una obra de teatro adaptada. Mayra Cue Sierra señala que a pesar de ser pionera en el radiodrama, esta emisora deja de transmitir en 1934, momentos en los que el formato comenzaba a generalizarse y obtener prestigio y éxito[27].

La misma autora cuenta que en los años 30 se dio "el auge de la adaptación de numerosas obras teatrales a la radio en los *espectáculos hablados o radioteatros* que mezclaban comedias, dramas, tragedias, zarzuelas y operetas, las obras del vernáculo y el teatro clásico español, iniciadas con la interpretación de pequeños parlamentos declamatorios y monólogos, que generaron dos vertientes fundamentales: los espacios estrictamente teatrales

26. http://www.fonoteca.gov.co/index.php/home/podcast/item/370-agua-que-no-has-de-temer

27. http://www.collectcuba.com/servlet/the-1334/Signed-Photo-CUBA-1938/Detail

que hasta un momento fueron llamados radioteatros; y los dramatizados seriados que inicialmente se incluyeron también en la denominación genérica de *espectáculos hablados* y años más tarde fueron conocidos como los géneros de *aventuras* y de *radionovelas*."

Por su parte, Radio García Serra transmite desde 1929 libretos de teatro con algún tipo de adaptación. Ya en lo que es libretos escritos especialmente para radioteatro, se destaca *En las costas de Gran Bretaña* como uno de los primeros.

La consolidación del nuevo formato se dio a partir de la primera comedia radial, que desde octubre de 1931 emitió la radio La Voz de las Antillas, dentro de un programa llamado *La hora múltiple*. La comedia fue *Mamá*, y una curiosidad es que estaba interpretada tanto por actores provenientes del teatro, como así también por aficionados.

También se estilaba mucho la emisión de zarzuelas y operetas, un género que mezcla música con narración de historias. Por ejemplo en *Radioteatros Ideas Pazos*, que fue un ciclo exitoso que perduró desde mediados de los años 30 hasta los 40.

Radio CMQ fue una emisora que lideró la producción de radiodrama de la época, desde los años 40 en adelante. *Los episodios de Pepe Cortés* y *El suceso del día* fueron algunos de sus éxitos.

La radio El Progreso Cubano, que venía presentando comedias, desarrolló en los años 30 concursos para captar nuevos talentos para el radioteatro, ante la falta de actores propios de este nuevo formato.

Radio Autran CMYC, La Cadena Oriental de Radio, la 2LR, Cadena Azul, y la CMZ perteneciente al Ministerio de

Educación también integraron géneros dramatizados en sus programaciones.

Hoy en día el radioteatro en Cuba goza de buena salud. Ejemplo de esto es la programación de Radio Cubana[28], que cuenta con muchos ejemplos durante la semana.

5.7. Ecuador

Una historia para destacar y que tiene como protagonista al radioteatro en Ecuador, es una vez más una versión de *Guerra de los mundos*, que Radio Quito decidió hacer el 12 de febrero de 1949 –once años después que la de Orson Welles–. La versión fue tan cautivante que cuando la radio explicó que se trataba de una ficción, los oyentes se enojaron tanto por sentirse engañados, que se fueron hasta la emisora y luego de agresiones verbales, se pasó al lanzamiento de piedras y botellas, para terminar con el incendio del edificio y cinco muertos. Los oyentes se sintieron burlados en su miedo, ya que se venía comentando en esos días que se habían visto platos voladores en la región y la noticia mantenía asustada a la población. En este contexto, cayó como una burla la transmisión ficticia de un ataque extraterrestre. La radio volvió a salir al aire recién un par de años después. Este es uno de los sucesos más trágicos que protagonizó la radio en la región, y nos da la pauta de lo cerca que nos puede tocar una historia que escuchemos.

Cuenta Henrik Klemetz:

> "Muy pocos estaban al tanto de lo que los actores del radioteatro tenían planeado. Los populares cantantes Benídez y Valencia también se sorprendieron.

28. http://www.radiocubana.cu/

> Después de su primera canción en vivo, el locutor los interrumpió para informar que ya se había visto un objeto volador sobre las Islas Galápagos. Y no terminaron de cantar la tercera canción cuando el locutor informaba que un platillo volador había descendido en las afueras de Quito, en el barrio de Cotocollao. Allí empezaba la dramatización. Hablando a través de un vaso para distorsionar la voz, los actores seguían informando sobre la visita de los extraterrestres. Podían escucharse órdenes impartidas a destacamentos de las Fuerzas Armadas para que atacaran a los supuestos invasores. También se escuchaban supuestas llamadas de Radio Continental, de Ambato; Radio La Voz de Tomebamba, de Cuenca; Radio Cenit, de Guayaquil y otras emisoras. Todas advertían del peligro que se cernía sobre la república, pues se decía que había una nube de gases asfixiantes que se acercaba a la capital desde el sur, en donde ya estaba en problemas la ciudad de Latacunga. Pero la obra no terminó de irradiarse porque la marea humana no permitió que continuara. Sólo se alcanzaron a transmitir unos 20 minutos antes que una masa enfervorizada encendiera el edificio donde funcionaba la radio."[29]

En Ecuador también se vivió la época de oro del radioteatro, con obras como *Ropaje fúnebre* y *El Padre Almeida*, por Radio Quito.

5.8. El Salvador

De nuevo, aquí vamos a mencionar lo realizado por las radios insurgentes en la guerra civil de El Salvador. Radios como la Venceremos, transmitiendo precariamente, desde la selva, en

29. http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_(novela)#Adaptaci.C3.B3n_ecuatoriana_y_el_desastre_posterior_.281949.29 y http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm - Radio World International.

constante movimiento por la amenaza de ser capturados y silenciados, no descuidaron la potente herramienta que significa el radiodrama. De este modo realizaron radionovelas como la humorística *Aventuras amorosas de un diplomático* para contar la situación real del casamiento del embajador de Estados Unidos (principal impulsor del conflicto) con una mujer de la alta sociedad salvadoreña, y a partir de esta historia establecer "la tesis de que la oligarquía trata de ganar en la cama lo que no ha podido ganar por otros medios."[30] También mantuvieron un espacio fijo de humor al que bautizaron *La guacamaya subversiva.* No sin debates internos, los miembros de la radio vieron la utilidad del radiodrama para sus fines ideológicos. "Insistimos en su legitimidad y en la necesidad de romper esquemas que hicieran más atractiva la programación."[31]

5.9. Guatemala

Una experiencia para destacar en Guatemala sin dudas es *El radioteatro infantil*, ciclo de radiodrama que ha durado 50 años, siendo un caso extraordinario no solo para la historia del formato sino para la historia de los medios de comunicación.

En 1946, la Radio Nacional TGW que ya tenía elenco estable y venía desarrollando radiodrama desde hacía 10 años, inaugura una obra actuada a cargo de un grupo de niños de entre 7 y 14 años, que bajo la dirección de Marta Bolaños de Prado venían de actuar como grupo de teatro, y habían sido convocados para desarrollar lo suyo en radio. Así se inició el radioteatro infantil, es decir, interpretado por niños. Se adaptaban obras de literatura para niños, hasta que se comenzaron a escribir obras

30. Henríquez Consalvi, Carlos ("Santiago"), *La terquedad del izote,* tercera edición, Ediciones Museo de la Palabra, San Salvador, 2003, pág. 167.

31. Henríquez Consalvi, Carlos ("Santiago"), *La terquedad del izote*, tercera edición, Ediciones Museo de la Palabra, San Salvador, 2003, pág. 167.

especialmente para el grupo y para este ciclo, que perduró como un sello importante por más de 50 años. Una curiosidad: conserva el mismo horario y día de transmisión que en sus comienzos. El valor de *El radioteatro infantil* no solo es la entretención de niños que escuchan, sino que también tiene un rol educativo por las obras que se realizan, y una función como radioescuela, para los propios niños que los interpretan, que de ese modo se capacitan en radio, siguiendo muchos de ellos la carrera radiofónica.

En otro orden de cosas, la primera radionovela exitosa fue *El misterio de la cumbre*, que es un paradigma del éxito del formato, ya que contrariamente a lo que solía suceder en los primeros años, esta historia fue representada en teatro, *después* de su existencia radiofónica original.

Otros radioteatros conocidos fueron *El testamento del compadre, Tempestad en el alma, También los ricos sufren, Entre el amor y el orgullo, Pecado de amor, El hijo del patrón*.

5.10. México

En México también se hizo una versión de *Guerra de los mundos*, en la Radio XEART de Morelos, y si bien no causó pánico, el gobierno llegó a buscar restos de un meteorito, llevado por los rumores imperantes a raíz de la historia de la radio.

Otros ejemplos de radiodrama pueden verse a lo largo de la historia de Radio Educación[32], quien ha sabido integrar los géneros dramatizados y el radioarte a su programación. El programa *Cachivaches* usaba dramatizados, y en 2010, con motivo del bicentenario de la independencia, se elaboró el radioteatro *Cabezas*. Los motivos educativos también son abordados con herramientas de radiodrama por el Instituto Mexicano de

32. http://www.radioeducacion.edu.mx/

la Radio[33], a través de distintas series radiofónicas como las recientes *¡Vivan las heroínas que nos dieron patria!* o *Vámonos con Pancho Villa*.

México ha tenido grandes éxitos en lo que a radioteatro se refiere. *El monje loco* fue un radiodrama de terror, emitido en 1958. Lo curioso es que luego fue adaptado al cómic, contrariamente a lo que uno podría pensar que es el camino de las adaptaciones cuando se trata de ficción en radio. Esto habla a las claras de cuál era el soporte con preponderancia en esos años.

En 1988 el Museo Nacional de Culturas Populares editó un *compact disc* llamado "Aquí y a la misma hora", donde se recopilaban este y otros radiodramas de fines de los 50 y comienzos de los 60. Los otros fueron la comedia *Apague la luz y escuche*, el policial *La policía siempre vigila*, y el programa de adaptaciones literarias *Radioteatro del aire*.

Hoy en día cada vez más productores y sobre todo emisoras públicas emprenden la producción de radioteatros con fines educativos y de difusión, como el caso de *Corazón de Mujer*, del Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía[34], que trata las problemáticas de mujeres indígenas en base a casos habituales.

5.11. Perú

Los radioteatros comenzaron en Perú en la década del 30. En 1935 Radio Goicochea (luego Radio Central) puso al aire la comedia *La verdad de los ojos*. En 1937 Radio Lima presentó hechos históricos en forma teatralizada, y para 1938 ya contaba con un espacio diario dedicado al radioteatro, a cargo del conjunto Travesí.

---

33. http://www.imer.gob.mx/ y http://www.radio2010.imer.gob.mx

34. http://www.radiotvycine.chiapas.gob.mx/micrositio/radio/corazondemujer/

Algo novedoso respecto de otras experiencias es lo que se hizo en esa misma radio en 1939. Se hicieron dramatizaciones de canciones, es decir, se pasó el argumento de canciones a forma de libreto para ser interpretadas como radioteatro. En los 40 Radio Lima siguió emitiendo radioteatros.

Radio Nacional hizo lo propio, con su elenco estable. Algunos de sus radioteatros tuvieron cometidos educativos.

5.12. Uruguay

Como en otros casos, lo primero que se hizo en materia de radiodrama fue transmitir por radio obras de teatro, desde fines de la década del 20. Pronto se crearon elencos especiales para radio, y se empezaron a interpretar obras clásicas literarias.

En 1930 se formaron los primeros elencos, en las radios CX20 y CX30, pero para interpretar clásicos literarios. El primer radioteatro propiamente dicho se llevó a cabo recién en 1934. Se trató de *Las aventuras de Carlos Norton* por CX22 Radio Fada. Los primeros éxitos masivos llegarían al año siguiente, con *Brochazos camperos* y *La Querencia*. Con el correr de los años, se crearon cada vez más historias y compañías, y pronto el radioteatro se constituyó en un éxito. Como en el caso argentino, se evolucionó en cuanto a las temáticas, comenzando con lo gauchesco o campero, y yendo hacia lo policial y lo romántico. Las décadas de furor fueron las del 40 y 50. En los 70s, como en la mayoría de los casos, los actores terminaron de emigrar hacia la televisión abriéndose el período de crisis del radioteatro.

6. Herramientas para crear radioteatros

Aquí repasaremos los elementos que intervienen en la creación de un radioteatro. Tengamos en cuenta que lo centralizamos en radioteatro porque otros formatos dramáticos quizá no requieran tanta planificación (por ejemplo, un sketch improvisado) ni la

utilización de todos estos elementos (por ejemplo, un monólogo). De todos modos, siempre son útiles para cualquier formato. Incluso, muchas de las cuestiones que veremos aquí, sirven para cualquier contenido radiofónico, como la mención sobre el lenguaje simple, la elección de las palabras, etc.

6.1. Guión e historia para radiodrama

Veamos un tercer tipo de libreto, además de los ya descriptos desde la página 10. El guión para algún formato o género de radio de ficción, técnicamente es el mismo que para cualquier enlatado, estructuralmente hablando. Lo que se diferencia es la posibilidad y utilidad de incluir indicaciones para los actores acerca de cómo actuar sus líneas; por ejemplo, "enojado", "triste", "susurrando", etc. Estas deben ser agregadas antes de la frase a la que esa indicación debe aplicarse, y entre paréntesis. Quizás también en cursiva, para que quede definitivamente diferenciado del texto a leer y no se confunda.

Además, dejando de lado la realización técnica del guión, las diferencias de la construcción de una historia respecto de la construcción de un informe u otro tipo de guión, radican en la creación y producción de la ficción, ya que debe ser pensada teniendo en cuenta cuestiones que hacen a la construcción narrativa y a la mejor comprensión del argumento.

Aquí vale la pena citar a Mario Kaplún, quien señala que para crear un buen radiodrama, y más si nuestra intención es vincularlo a una problemática social o a la comunicación de un mensaje, no alcanza con saber de lo técnico, formal o literario, sino que hay que involucrarse con la temática:

> 1. "Más de una vez en los cursos a mi cargo me ha tocado trabajar con participantes que demostraban buenas aptitudes literarias y técnicas,

> en términos de destreza y captación del oficio, para componer radiodramas: por ejemplo, habilidad y sentido radiofónico para construir sus diálogos. Pero tenían una vida encerrada y fácil, sin contacto con el pueblo, sin sufrimientos ni dilemas hondos. Estos estudiantes no lograron producir buenos radiodramas ni sé si alguna vez lo lograrán. No sentían los temas ni vibraban con ellos. Y en sus guiones, todo era convencional, falso, disociado de la realidad. Así como un actor ha de apelar a su memoria emotiva para vivir un personaje, tanto o más un escritor dramático necesita haber vivido personalmente situaciones conflictivas e intensas para poder crear otras semejantes en sus obras. ¿Hay algún curso donde esto pueda enseñarse, ni en diez semanas ni en cincuenta?"[35]

En este caso, él habla de una "prealimentación"[36] necesaria para escribir un radiodrama que comunique alguna problemática. Es necesario involucrarse con el tema, conocerlo, conversar con gente, investigar, estudiar, manejarlo lo más minuciosamente para entenderlo y poder plasmarlo en un contenido radiofónico.

6.2. La idea

Para esto, tendremos en cuenta los distintos elementos de radio en ficción a la hora de pensar una idea, crearla, y darle forma:

a) <u>idea general:</u> qué se va a contar, qué se nos ocurrió, problema a resolver.

b) <u>si hay un objetivo</u>: ya sea social, como educativo o de entretención. Muchas veces podemos tener

35. Kaplún, Mario, *Un taller de radiodrama*, CIESPAL, Quito, pág. 119, citado por Radialistas, 10 consejos de Mario Kaplún, 2007, http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400252

36. Kaplún. Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile, 1992, pág. 89.

el objetivo primero y en base a eso pensar la idea. Aunque siempre es mejor que la idea se dé espontáneamente, no a pedido de una razón externa a ella. Pero de todos modos, puede suceder que queramos hacer algo con nuestro radioteatro, y en base a ello, pensemos cómo, encarando así la idea, el desarrollo y todo lo demás.

c) desarrollo global de la historia: un camino sin detallar, de cómo transitará la historia.

d) los personajes: quién y cómo serán el protagonista, sus ayudantes, su antagonista, etc. Las diferencias entre ellos nos sirven para encarnar distintas posiciones, opiniones, formas de ser, en una historia.

e) relator: y qué tipo de relator utilizaremos.

Muchos de estos elementos irán apareciendo a medida que vamos escribiendo el guión. Algunos se resignificarán. Y en general, todos tomarán forma y detalle en el momento de ponernos a darle vida a nuestras ideas a partir de la acción y diálogos de los personajes.

Respecto de la idea, no importa de dónde nos venga. Lo importante es tenerla clara para empezar a desarrollarla. La idea es aquello que se nos ocurre y nos mueve a encarar la producción del guión. Es algo inspirado por algo que vimos, por algo que soñamos o por algo que se nos ocurre. Debe poder ser expresada en pocas líneas. Luego se pasará a resumir la historia en una sinopsis y luego a realizarla paso a paso en el guión. Dice Luisa Ickowicz, sobre el cine, pero perfectamente trasladable a la radio: "Después de terminar la primera versión, analizo primero el *story line*. Si puedo narrar la película en tres líneas, es porque llegué a la esencia."[37]

---

37. Ickowicz, Luisa, en Busquier Christian, *Escribimos cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 20.

Podemos empezar por cualquier lado. Muchas veces se nos hace difícil saber cómo empezar. Pues bien, la cosa es empezar como sea y con lo que sea. Luego podremos corregir, agregar, ir madurando la historia para que obtengamos el orden y la intensidad que nos conforme. Si ya sabemos más o menos qué queremos y a dónde queremos llegar, luego es cuestión de plasmarlo. Tendremos la opción de volver atrás muchas veces e ir corrigiendo detalles que nos sirvan para cerrar bien el final. Esto es lo bueno de escribir un guión para un radiodrama: que podemos empezar, delinear la historia, y hasta terminar el guión, y releerlo una y otra vez para corregir cosas, agregarle y quitarle, ajustar detalles y que el libreto cierre como lo deseamos.

Pilar Vitoria señala que "las leyes o reglas de oro de la radio provienen de tres simples preguntas: ¿qué emitiré?, ¿para quién lo emitiré?, y ¿cómo lo emitiré?"[38], que es lo mismo que decir que nos preocuparemos por identificar: un tema, objetivo y argumento; a qué público podemos y queremos llegar; y cómo estructuraremos (técnicamente, estéticamente, temporalmente) nuestro enlatado.

Asimismo, podemos ver que hay varios caminos para la creación de una historia, poniendo el eje y el énfasis en distintos elementos o etapas:

> **a)** Puede ser que se nos ocurra la historia en líneas generales, y a partir de allí delinear algunos personajes y que a medida que va sucediendo la historia, los vayamos descubriendo, se vayan describiendo a sí mismos en sus acciones.
>
> **b)** Otra opción es diseñar lo más integralmente que podamos a los personajes, antes que a la historia.

38. Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica*, PROLAP, Florida International University, Trillas, México, 1998, pág. 15.

Quizás se nos ocurra una personalidad cautivante o interesante, y a partir de allí querer hacer una historia para darle un contexto (ver Construcción de personajes, pág. 41). Aquí el centro de importancia es el personaje y la historia es una excusa para verlo desenvolverse. La historia se construye alrededor del personaje. En este caso, es más importante tener al detalle las características del personaje que se nos ocurrió y haremos actuar.

c) Un híbrido entre ambos, que se nos ocurra una buena historia, y unos personajes interesantes, y que a partir de allí, pudiendo delinear las personalidades, hagamos vivir a los personajes, y avanzar a la historia en sintonía y coordinación.

Para comenzar escribiendo desde cualquiera de estas puntas, pudimos llegar movidos, entre otras cosas, por:

- **a)** la inspiración;
- **b)** la historia;
- **c)** la experiencia personal propia;
- **d)** la experiencia personal ajena;
- **e)** un libro, película, obra de teatro, etc.;
- **f)** un sueño;
- **g)** un pedido de un tercero;
- **h)** el anhelo de comunicar un mensaje.

Y los disparadores de creación de la historia pueden ser, entre otros:

- **a)** la idea en sí que resume el qué y el cómo en pocas palabras;
- **b)** un personaje atractivo al cual hacer vivir;

c) una escena que se nos ocurra y nos dibuje la necesidad de que le creemos una historia dentro de la cual caber, desde la cual podamos crear un pasado para desembocar en esa escena, un pasado y futuro que cree un devenir tomando como centro esa escena, o un futuro del cual la escena sea el punto de partida;

d) una frase que pueda convertirse en idea.

Respecto de la historia, puede ser hecha con fines educativos o de mero esparcimiento.

Algunos móviles interesantes para encontrar el eje de la historia son pensar en un problema o conflicto atractivo a desarrollar y solucionar (ya sea positiva como negativamente). Aquí, como en la vida, se ponen en juego lo que queremos, lo que debemos y lo que podemos[39]. En torno a estos ejes y sus combinaciones en relación a un objeto de ese deseo, posibilidad o deber, es que podemos encontrar un conflicto interesante para contar. Por ejemplo, la problemática de alguna región del continente sobre la contaminación de su agua. Quieren tomar agua, deben hacerlo, pero no pueden. Quizás no quieran protestar, pero deberán hacerlo si quieren poder tomar agua nuevamente. Y así.

Acerca de esta relación entre problema real, voluntad de cambio y la herramienta de radiodrama para conseguirlo, podemos tomar las palabras que Pilar Vitoria usa para producciones radiofónicas más periodísticas cuando dice: "(Lo) primero es comprender el tema acerca del cual escribiré. Ya sea que me lo asignen o yo lo descubra, tengo que investigar para saber sobre qué quiero

---

39. José Ignacio López Vigil señala: "Resulta que en nuestra vida hay cosas que queremos. Algunas las podemos hacer y otras no. Algunas las debemos hacer y otras nos están prohibidas. Jugando con estas situaciones se pueden armar todos los líos en que nos solemos ver envueltos los seres humanos. QUERER (deseos, gustos, instintos, ambiciones); PODER (posibilidades económicas, físicas, intelectuales, sociales); DEBER (leyes, costumbres, prejuicios, normas)". López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 143.

escribir (tema); después, pienso para qué quiero escribir sobre ese tema (propósito y objetivo del mensaje); y, finalmente, me pregunto para quién escribo (público). Una vez que he definido lo anterior, organizo la información; introduzco el tema; doy antecedentes; lo desarrollo con sus detalles, divergencias, oposiciones y similitudes; retomo y cierro; en todos estos pasos debo pensar en mi propósito y mi público"[40]. Aquí, deberíamos poder traspasar esta metodología para nuestro objetivo de crear un radiodrama.

6.3. Estructuras narrativas

En cuanto a estructuras narrativas, existe la clásica división argumentativa literaria, que podemos tener en cuenta para la creación de un guión de radiodrama, que no es otra cosa que contar una historia, pero en formato radiofónico y con diálogos.

Esta estructura es la que señala la existencia de tres partes en la construcción de una narración: el comienzo, el nudo y el desenlace.

6.3.1. Introducción

El comienzo es la parte introductoria, la que empieza a darle vida a la historia. En esta, es importante hacer una buena presentación de toda la situación. Esto incluye contar dónde se está, es decir, ubicar al oyente respecto de la historia que va a escuchar. Aquí, como en la construcción de personajes (ver más adelante, desde página 101), puede sernos útil imaginarnos el lugar en donde se desarrolla nuestra historia. Este lugar puede ser real o ficticio. Si es real, ya tenemos mucho de su ubicación generada, aunque no conozcamos el lugar personalmente ni nosotros ni los oyentes.

---

40. Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica*, PROLAP, Florida International University, Trillas, México, 1998, págs. 27-28.

Si ubicamos nuestra historia en Praga, ya hay muchas cosas que no debemos aclarar. De todos modos, es necesario pensar en la situación global en la que se encuadra la historia.

Otra opción es un lugar inventado. Aquí debemos tener más presente la idea de caracterizar el lugar y la situación, es decir, el presente de la historia, y algo de su pasado también.

Entonces, para tener bien presente esto, y luego poder contar partes de ello, sin tener que contar todo, y sin contradecirnos, para generar el escenario, nos puede servir pensar, como con los personajes, en varias características, aunque no las utilicemos concretamente. Por ejemplo:

Nombre del lugar	
Ubicación	
Clima habitual	
Clima presente	
Lugares típicos o característicos	
Idioma	
Arte del lugar	
Costumbres destacadas	
Comidas	

Con nuestra introducción, entonces, debe quedar clara la situación inicial de la cual se parte para comenzar a contar la historia, las características del entorno, algo del problema o situación que se va a desarrollar y pormenorizar a través de toda la historia, como un pequeño indicio de lo que vendrá, y la presentación de nuestros personajes. Esto puede ser de varios modos. Dos extremos podrían ser:

> **a)** que al aparecer cada personaje, una locución diga concretamente quién es, qué hace, cómo es, como

una ficha personal auditiva que aclare sin dudas lo que queremos comunicar del personaje;

b) una opción más artística, que implica más construcción narrativa fina, sería que sin decir quiénes son, cómo es su carácter, qué cosas hacen y les gusta, podemos conocer a los personajes apenas van apareciendo. Estro se hace describiendo las acciones que realizan de modo de que nos den una pincelada general del modo de ser de cada uno. Esta descripción tangencial de los personajes, la puede hacer una locución o puede darse con la propia acción y diálogos de los personajes.

Además, debemos tener en cuenta que en la primera porción de la pieza, en los primeros minutos, los cuales casi en todos los casos formarán parte de la introducción, debemos captar la atención del oyente, cautivarlo, dejarlo con ganas de saber qué sigue. Esto es fundamental para lograr su adhesión a la historia, lograr que se quede escuchándola, se comprometa con el argumento y lo viva sensiblemente.

6.3.2. Nudo

El nudo o desarrollo es la historia en sí. Una vez que introducimos, es el devenir de todo lo que pasa y queremos contar. Allí los personajes interactúan, viven transformaciones, aparecen problemas y actúan para solucionarlos, se generan diálogos que impulsan la historia en uno u otro sentido. Es el núcleo de la historia, la que desembocará en su desenlace.

Aquí contamos todo lo que queremos, y del modo en que queremos, utilizando todas las herramientas que necesitemos.

6.3.3. Desenlace

Es el final, es la solución de los problemas, o el develamiento de las incógnitas. Es lo que suele estar a lo último de la historia.

Puede ser cerrado o abierto. Si es cerrado, significa que todo queda claro, hay soluciones, hay respuestas. Si es abierto, que queda una pequeña incógnita, o que por lo menos el final puede prestarse a la confusión, a la imaginación y a interpretaciones distintas.

En el final, y más en el de tipo cerrado, los cabos deben quedar atados; todo lo que presentamos y dijimos en la historia, debe haber servido de algo (aunque puede haber elementos que solo hayamos utilizado con fines estéticos), todo lo que deambulamos debe desembocar allí.

En los finales abiertos, la duda y la incertidumbre son las que gobiernan la atmósfera de la historia, que de ese modo, no finaliza al finalizar el audio, sino que queda resonando en nuestras mentes, o quizás sucediendo en algún lugar imaginario.

6.3.4. Advertencias

Una útil advertencia respecto de esta típica estructura narrativa: si bien suele utilizarse de este modo, y el orden en el que las partes aparecen es introducción-nudo-desenlace, es necesario saber que esto es solo una guía, y como tal, un camino del cual podemos apartarnos. Eso es lo más interesante y rico de una clasificación o un parámetro: la posibilidad de que con astucia, creatividad y agallas, podamos apartarnos de él, subvertirlo y usarlo a nuestro antojo.

En este sentido, hay muchos ejemplos en donde una historia contiene estos tres elementos narrativos, pero están presentados de forma "desordenada", y aquí no coinciden historia y relato: una cosa es la historia ficcional que queremos contar y otra cosa es el relato, la forma temporal en la cual la presentamos. Así, el final de la historia puede estar al principio del relato, o comenzar a contar la historia desde su desenlace, para luego desandar su

nudo y llegar a la introducción (al final del relato) que dé sentido a todo lo desarrollado.

A su vez, podemos resignificar y desarmar la división de introducción-nudo-desenlace, plantear dos realidades paralelas, utilizar *flashbacks* (recuerdos) y *flashforwards* (imágenes de lo que sucederá en el futuro), intercambiar los tiempos, etc., como el caso de las series *Lost* o *Flashforward*. De todos modos, esto será más difícil en radio que en audiovisual, por el hecho de que no nos podemos apoyar en gran cantidad de recursos para que quede claro cuándo hablamos de una realidad y cuándo de su versión paralela, cuándo hay un *flashforward* o cuándo un *flashback* y cómo diferenciarlos. Esto hace peligrar la comprensión de nuestra historia, pero no hay nada que esté prohibido. Al contrario, lo genial es tratar de contradecir los consejos que se dan y generar innovación.

6.4. Construcción de personajes

En cuanto a formatos de radio con ficción, es muy posible que tengamos personajes. Entonces, a la hora de crear un radioteatro o sketch, muchas veces nos es útil pensar en la creación de los personajes que van a intervenir.

Debemos pensar en los personajes como personas, y tenemos que ser capaces de describir cómo son estas personas. Teniendo una descripción lo más acabada posible de su personalidad, luego nos será más fácil hacerlo hablar, y en muchos casos podría decirse que toman vida propia. Una vez que conocemos cómo es nuestro personaje, sabemos cómo reaccionaría ante cada situación, y empieza casi a hablar solo. Esto es útil para dar verosimilitud también al texto, ya que el personaje, el cual conocemos por describirlo para su creación, reacciona de un modo esperable y coherente ante cada situación en relación a su forma de ser. Si creamos un personaje que no sabemos cómo es,

no sabemos qué va a hacer en cada paso y eso va a causar que no tenga características propias y que dé lo mismo que sea ese u otro personaje el que hable, y que no logremos que el oyente se identifique ni con ninguno de ellos, ni con seguir una historia que no le ofrece guiños con su realidad ni le da elementos para imaginarse la historia como si fuera posible. Pensar en el carácter del personaje nos permite que este se vea más real, lo que se traduce en lograr verosimilitud para la historia. Esto es fundamental sobre todo al pensar un contenido que quiere causar complicidad e identificación con quien escucha. Si creamos un personaje malo, otro bueno y otro dubitativo, ya tenemos mucho avanzado en el argumento, porque sabemos cómo reaccionará cada uno ante una misma situación.

El personaje toma vida propia cuando empieza la narración. Lo hemos descripto, lo conocemos, lo insertamos en una historia y lo hacemos vivir. Allí empieza a llevarnos él a nosotros. Hace lo que es obvio que haga. Y cuesta mucho torcer ese camino. Sobre los personajes, Martín Salinas dice: "A veces crecen de tal modo que empiezan a entrar en conflicto con la historia que quiero contar y a pedir otra trama. En general, en esos casos, les presto atención y trato de seguirles la corriente a ver adónde me llevan."[41]

A veces, entonces, es útil pensar en diseñar y escribir la historia de vida del personaje que creemos. Quizás ninguno de esos datos que aparezcan en su historia de vida, quizás no aparezcan expresamente en nuestro radioteatro, pero sí servirán para configurar su forma de ser, y eso sí será puesto en juego en el radioteatro, con sus reacciones, formas de hablar y formas de actuar en cada momento de la historia que escribamos. Todas las características de una persona, hacen a su forma de actuar y hablar.

41. Salinas, Martín, en Busquier, Christian, *Escribimos cine,* La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 73.

Nuestra historia contada comienza en un momento, pero se supone que la vida de los personajes comenzó antes, y seguirá luego de que en nuestro radioteatro se escuche "fin". Nuestro radioteatro es un fragmento, una porción, una muestra, un momento determinado de la vida de los personajes. "Es obvio que para dar cuenta de una historia, un conflicto, unos personajes, uno no cuenta todo lo que acontece en la historia. En esa selección de lo que se dice y lo que se calla está, desde mi punto de vista, el arte del guión. Más aún, lo que tensa un guión es, justamente, lo que no se cuenta."[42]

Y por más que esto no se explicite, debe estar presente en nuestra cabeza de autor, para lograr la tan buscada verosimilitud. Nuestra historia debe ser verosímil más que verdadera. Esto es que no debe imitar a la realidad: debe tenerla en cuenta para tomar elementos de ella que permitan que nuestra historia sea creíble y coherente en el contexto que ella misma se crea. Muchas veces la realidad supera la ficción. Esto quiere decir que muchas cosas que realmente sucedieron, no son útiles para contar una historia, porque a pesar de haber existido, no son creíbles. Nadie nos creería una historia –o por lo menos sería muy cursi– en la que un niño de una población pobre termine siendo multimillonario y reconocido en todo el mundo por jugar al fútbol, haga un gol con la mano y otro eludiendo a medio equipo contrario, salga campeón del mundo, vaya al Vaticano a hablar con el Papa y lo critique, haga que un equipo del sur pobre de Italia le gane a las grandes potencias, hagan canciones sobre él, sea amigo de Fidel Castro y esté al borde de la muerte y se salve. Sin embargo, es la historia real de Maradona. Si uno propusiera ese guión, se lo rechazarían por inverosímil.

Entonces, tenemos al protagonista de una historia, y tenemos que saber describirlo. E incluso tener anotadas esas características.

42. Maglie, Graciela, en Busquier, Christian, *Escribimos cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 22.

Esto muchas veces lo tenemos esbozado en la cabeza. Escribirlo permite cristalizarlo, formalizarlo, darle entidad. Tanto esas características actuales como el pasado del personaje y su forma de ser, serán lo que le dé vida al mismo, y serán características que internalizaremos como autores y nos servirán al momento de la creación del guión.

Por ejemplo, nos sirve pensar y anotar que nuestro protagonista se llama Juan Domínguez, tiene 35 años, estudió peluquería, estuvo casado y tiene una hija de 6 años que se llama Micaela. Es malhumorado a veces, y le cuesta levantarse a la mañana. Le gusta leer el diario los domingos tomando mate con facturas. Le gusta el fútbol y es hincha de Atlanta, pero no suele ir a la cancha. Tuvo una infancia bastante buena, con sus dos hermanos, siendo él el del medio. No se llevaba tan bien con su papá como con su mamá. Ambos eran trabajadores y les costó mucho llevar adelante la familia y que los hijos estudien. Etcétera, etcétera.

Pensar todo lo que se nos venga a la cabeza, todo lo que nos imaginamos que puede ser parte de nuestro personaje. Incluso, muchas veces, al pensar estas cosas empiezan a ser parte y nosotros mismos empezamos a comprender mejor cómo es nuestro personaje, y comprendemos sus razones, las que aparecerán a través de sus acciones en el radioteatro, más allá de que nosotros como personas estemos o no de acuerdo, porque nuestro protagonista es *otra* persona, a la que le damos vida nosotros a través del guión.

Un buen ejercicio es pensar todas estas características, todas las que queramos, y meter a nuestro personaje en una situación que ya conozcamos, en un radioteatro que consigamos, y tratar de escribir qué diría nuestro personaje, qué cosas haría. Allí ya veremos cómo nuestro personaje, una vez que lo conocemos bien por haber pensado cómo es, empieza a tomar vida propia. O podemos preguntarle cosas a nuestro personaje, saber qué

opina sobre diversos temas, qué nos dice que haría en diversas situaciones.

Cuando comprendimos esto y lo experimentamos, otro buen ejercicio es cambiarle un par de características a nuestro personaje creado. Esto ya nos va a generar cierto resquemor, hasta tristeza, se podría decir. Esto ya es un indicio de que nuestro personaje tiene vida, y que no nos sentimos con la autoridad de cambiársela así como así. Es de este modo que nos damos cuenta de que la historia va a seguir sus cursos, que claro, conducimos nosotros, pero que logran ser verosímiles en tanto hemos creado personalidades completas y no solo un nombre con una edad.

Para seguir con este ejercicio, cuando le cambiamos un par de características, veremos cómo se trata de otra personalidad, y cómo en la misma situación, nos va a parecer raro que siga reaccionando igual, y veremos cómo el personaje creado y con estas características cambiadas, empieza a ser diferente. Eso nos da la nota de lo importante de pensar las características, y que aunque no aparezcan expresamente, condicionan lo que el personaje va a hacer en la historia. Por ejemplo, en vez de peluquería, estudió sociología. No podría a priori afirmar en qué cosas cambiará su actitud, pero seguramente no será la misma si le damos vida a la historia con este cambio en su personalidad. Experimentar y pensar en estas cosas permite manejar la herramienta narrativa y la creación de personajes como un eje central que hará que la historia creada corra por cauces naturales, no forzados, cosa que se siente del lado de la audiencia, y es lo que causa identificación y confianza en la pieza radiofónica.

A continuación, una propuesta de guía con datos y características que podríamos pensar de nuestros personajes para que nos ayude a construir la historia y el guión en sí:

Nombre y apellido	
Nacionalidad	
Edad	
Estado civil, hijos	
Familia (padres, hermanos, etc.)	
Gustos y consumos culturales	
Comidas preferidas y odiadas	
Cosas que lo ponen de mal humor	
Cosas que lo ponen de buen humor	
Qué le hace reír	
Estudios	
Profesión	
Deportes que le gusta o practica	
Hobbies, colecciones	
Actividades paralelas en general	
¿Trabaja o estudia? ¿En qué?	
Rutina a la mañana	
Rutina a la tarde	
Rutina a la noche	
Enfermedades/afecciones	
Características físicas generales	
Alguna característica física particular	
Manías o caprichos	
Virtudes	
Defectos	
Cómo fue su infancia, la escuela	

Dónde ha vivido, qué viajes ha hecho	
Cómo es su casa/qué cosas tiene	
Proyectos de vida	
Logros/premios/orgullos	
Angustias/traumas	
Ropa que usa	
¿Prefiere el frío o el calor?	
Etcétera, etcétera	

López Vigil estructura estas características en perfil psicológico, perfil físico y perfil social[43]. Repetimos, pensar todas estas cosas y plasmarlas en el papel nos permite configurar al personaje para que reaccione tal y como hace una persona que tiene toda una historia detrás. No importa si estos datos aparecen específicamente en el radiodrama; importa que los pensamos, y que ahora sabemos cómo es nuestro personaje.

Ahora, si nuestra intención es crear un personaje misterioso, que no se sepa mucho de él, que porque no lo conocemos, actúe raro para nosotros, quizás sea mejor no describir toda su biografía en su construcción, para que también el misterio nos tome por sorpresa a nosotros como autores y sea más sincera su participación en la historia.

6.5. Elección y utilización de las palabras

Para la confección de un guión dramático es importante la elección de las palabras y las frases. Debemos pensar que si vamos a construir diálogos, los mismos deben ser creíbles, a no ser que el efecto que queramos provocar sea de choque, humorístico, absurdo o caricaturesco, y sea necesario para la historia que uno

43. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 158.

o varios personajes hablen raro, difícil, con palabras complicadas, etc., es decir, que esté justificado por el desarrollo de la historia.

Si lo que queremos es construir personajes verosímiles, estos deben usar las palabras que nosotros usaríamos en la vida cotidiana, es decir, no demasiado difíciles ni raras, porque esto puede provocar un rechazo hacia el oyente, en su capacidad de adentrarse en el relato, creerlo, dejarse invadir por él.

Respecto de las palabras sencillas, López Vigil hace una clasificación del lenguaje: "*Lenguaje activo*: son las palabras que la gente usa en su vida diaria. Por ejemplo, *dolor de barriga*; *Lenguaje pasivo*: son las palabras que la gente entiende pero no usa frecuentemente. Por ejemplo, *malestar estomacal*; *Lenguaje dominante*: son las palabras que la gente ni usa ni entiende. Por ejemplo, *complicaciones gástricas*."[44]

Por otro lado, dependiendo de la construcción del personaje que hayamos hecho antes de empezar a hacerlo hablar, tenemos que incorporar un léxico propio a sus diálogos, es decir:

- **a)** una forma de hablar que indicaremos al actor desde el guión, y también desde la dirección;
- **b)** un tipo de lenguaje que lo identifique, y que tendrá que ver con su extracción social, su ocupación, su edad;
- **c)** ciertos latiguillos que lo identifiquen, es decir, algunas palabras que utilice a menudo y a través de las cuales se construya también su forma de ser.

Dice la guionista Aída Bortnik: "Cada personaje tiene sus propias dimensiones, datos, biografías, secretos, y hay que trabajar para descubrirlos y lograr transmitirlos. En mis investigaciones, una cosa que me fascina es el lenguaje; cada personaje lo armo sobre la base de su contexto, su crianza, su situación, pero también

44. López Vigil, José Ignacio, Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 71.

de su personalidad. No es que los mecánicos hablen como los mecánicos, pero sí hay una identidad que tiene que notarse, que tiene que ser muy clara."[45]

Más allá de intentar, con estas salvedades y condiciones, utilizar palabras no muy difíciles de entender o poco habituales de usar, tenemos que pensar en que las palabras a usar sean:

a) <u>fáciles de decir</u>: para que el actor no se trabe y no quede mal la grabación.

b) <u>fáciles de escuchar</u>: pensemos que la radio es efímera, en el sentido de que lo que se escucha, no se puede "releer" al instante, y entonces debe ser fácilmente reconocible. Así, debemos facilitarle el trabajo al actor, para que el producto de su acción sea más fácil de asimilar, y a su vez, porque las palabras poco habituales o complicadas desde su dicción, corren más riesgo de que no sean reconocidas enseguida, y eso atenta contra la comprensión de nuestra historia.

Dice López Vigil que "en cuanto a las palabras, su capacidad de excitar la imaginación dependerá de escoger las que estén más cercanas a la vida. Si yo digo *producto alimenticio*, por más que me esfuerce nunca lograré una representación mental de esos dos conceptos. Pero si digo *pollo frito,* se me hace agua la boca"[46].

Y como aconseja Mario Kaplún:

> 2. "Aunque esté escribiendo su guión, no olvide nunca que el lenguaje hablado es diferente al escrito. Debemos poner por escrito nuestro texto, pero él

---

45. Bortnik, Aída, en Busquier, Christian, *Escribimos cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 70.

46. López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004, pág. 41.

> está destinado, no a ser leído con la vista como un texto impreso, sino a ser oído. Tiene que sonar con la llaneza, la naturalidad y la espontaneidad del lenguaje hablado. Incluso, a veces, con las imperfecciones del lenguaje hablado. El mejor consejo que puedo darle es: escriba escuchándose. A medida que escriba, lea en voz alta lo que va escribiendo. En ocasiones, incluso, adelántese: pronuncie primero la frase y luego escríbala. Díctese a sí mismo. Escuche cada frase, pruebe cómo suena. Sienta su ritmo oral, sonoro. Si le suena pesada, larga, artificiosa, con vericuetos, con idas y venidas, rehágala, divídala en dos o más frases cortas y directas. El oído le dirá dónde ubicar con más naturalidad el sujeto, el verbo, el predicado."[47]

Debemos intentar construir frases no muy largas, ya que esto también complica la tarea interpretativa del actor o relator. Además, del lado del oyente, el oído necesita descansos y cambios de ritmo para ir comprendiendo el contenido de lo que se dice. Pensemos de nuevo que no podemos retroceder en lo que se dice, y que si leemos una frase que en tres líneas no tiene un punto, nos va a resultar más difícil retenerla, y por lo tanto comprender y retener su sentido sin perdernos lo que sigue a continuación o el sentido global de lo que viene siendo el relato.

En este sentido, si nos encontramos frente a una frase larga, hagamos el ejercicio de cortarla en partes. Siempre es posible. Modificando un poco el guión con tal de agregarle pausas, puntos, puntos y comas, para relajar la escucha del guión y hacerlo más comprensible. Y menos aburrido. Lo largo tiene más posibilidades de aburrir y de distraer de su objetivo de comunicar un contenido.

---

47. Kaplún, Mario, *Producción de programas de radio*, CIESPAL, Quito, 1978, pág. 280, citado en Radialistas, 10 consejos de Mario Kaplún, 2007, http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400252

Esto sirve mucho para adaptar obras literarias a guión radiofónico. Muchas veces se trata de obras escritas en difícil y con frases largas, total nos podemos tomar el trabajo de releer. Si lo queremos "traducir" a radio, podemos simplificar las palabras y acortar las frases, cuidando que no pierda el sentido. Muchas veces, en estos casos la elección de las palabras es una elección artística y estética que es difícil de eliminar. Por eso debemos poner en la balanza qué nos conviene hacer. Si elegimos mantener las palabras tal cual aparecen en la obra literaria a sonorizar, debemos buscar formas de darle agilidad desde la edición, y de reforzar su sentido con sonidos, para evitar la mala comprensión o la distracción que las palabras y frases originales puedan provocar estando presentadas radiofónicamente.

Veamos el siguiente ejemplo –exagerado pero gráfico– sobre la longitud de las frases:

> En cierto lugar de América del Norte, en el año 1943, tres amigos forman una banda en una ciudad conocida como la cuna del jazz, que vive un esplendor inusitado a causa de la reactivación económica luego de la crisis de años antes.

Esta frase puede reemplazarse por el siguiente texto, ganando ritmo, agilidad, reforzando la comprensión y la concentración del oyente:

> 1943. Estados Unidos luego de la crisis. Una ciudad, la cuna del jazz, se reactiva económicamente. Allí, tres amigos forman una banda.

Aquí, ganamos tiempo acortando el texto. Ganamos agilidad acortando las frases. Ganamos comprensión eliminando algunas descripciones confusas que no suman mucho. Y ganamos estética a través del ritmo, que nos permite además darle otros tintes e intercalarle sonidos.

Yendo más allá que la mera longitud, preferiremos oraciones coordinadas y no subordinadas. Es decir, aquellas que pueden dividirse en oraciones independientes y no dependen de otra para tener sentido. Esto acorta el texto, da aire a la locución y a la escucha, da ritmo al texto. "Mi ejemplo favorito es este: 'Queríamos salir, pero la puerta estaba cerrada'. Si eliminamos la conjunción adversativa 'pero', quedan dos oraciones con sentido completo que podríamos haber unido con un punto y seguido."[48]

Entonces, resumiendo, en cuanto a la elección de palabras y realización concreta del guión se refiere, puede servir tener en cuenta lo siguientes puntos:

- **a)** elegir palabras habituales y conocidas;
- **b)** construir formas de hablar de los personajes que sean reconocibles;
- **c)** elegir grupos de palabras habituales y latiguillos de los personajes para hacerlos reconocibles;
- **d)** no usar palabras difíciles de pronunciar ni de escuchar;
- **e)** no dejar frases largas.

Algunos de estos consejos sirven para cualquier tipo de guión, aunque no sean de radiodrama, sobre todo en cuanto a la simpleza en nuestras elecciones: palabras simples, conocidas, fáciles de decir, y frases cortas.

6.6. La sinopsis

Como decíamos, a veces es útil escribir una sinopsis de nuestra historia, antes de pasar a desarrollarla en un guión. Es decir,

48. Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica*, PROLAP, Florida International University, Trillas, México, 1998, pág. 31.

partiendo de la idea que se nos ocurrió, hacer un resumen de pocas líneas (5 a 15) en donde contemos los datos generales del porqué de la historia, hacia dónde va y cómo, para luego, teniendo eso como norte, desmenuzarlo en el guión propiamente dicho. Sin duda sucederá que al darle vida al guión y a los personajes (creados previamente en detalle, o con bastantes o pocos rasgos generales) nos veremos envueltos en la historia, que nos llevará por sus cauces y es posible que no podamos ir por los lugares proyectados. En ese sentido, es mejor dejarla fluir sin forzarla e ir descubriéndola.

Hay historias, sin embargo, que basadas en el poder de sus personajes, no tienen su eje en la historia en sí y puede ser que la misma fuerza de los caracteres la vayan impulsando y dibujando en el tiempo. Allí, cuando no tenemos pensada ninguna historia que contar, es más importante delinear el personaje que hacer una sinopsis, aunque siempre haya un *qué* que establecer.

Dice Eduardo Leiva Müller: "La palabra *sinopsis* indica, ya desde su etimología, *con una mirada*. ¿Y qué vemos?: el conflicto. Es decir, con una mirada ya tienes el conflicto pero no tienes aquellos momentos en donde se despliega el conflicto. Por lo tanto, obliga al guionista a pasar a la siguiente etapa que, técnicamente hablando, es el *argumento*. Empezar a brindar las pruebas, *demostrar que ese conflicto tiene narratividad* y, bueno, trabajar las acciones de los personajes, hilvanar, entramar sucesos, acontecimientos, espacios y todo elemento activo en relación con el conflicto inicial o núcleo dramático."[49]

Tener claros la sinopsis, el argumento y toda la descripción de los personajes, a veces no es fácil *a priori*. Por eso es algo que tenemos que tener en cuenta, e intentar aspirar a ello, sabiendo siempre que en el devenir de nuestro trabajo eso puede ser

49. Leiva Müller, Eduardo, en Busquier, Christian, *Escribimos cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 28.

modificado. Creo que para eso está. Es marcarnos un camino del cual permitirnos apartarnos. Si nuestro contenido se enfoca en difundir alguna cuestión social, forma parte de una campaña de bien público, tiene un objetivo y un tema claro, quizás sea más sencillo preestablecer una idea, una sinopsis, un argumento y sus personajes. Pero cuando hablamos de una historia de entretenimiento, quizás sea mejor dejarnos llevar por los hechos y los personajes, sin detrimento de que sea útil intentar plasmar previamente un camino. Al finalizar esa historia, quizás miremos nuestra sinopsis y se parezca en muy poco. Pero bueno, igual nos habrá servido para empezar a desarrollarla. Son herramientas para el autor. Y en la medida en que aporten algo para flexibilizar y agilizar la creación, son bienvenidas.

6.7. El relator

A su vez, podemos apoyarnos en el locutor o relator, para que impulse la historia, y se vincule con el oyente de modo más cercano y claro. El relator será útil para situar de modo simple en espacio y tiempo, marcar los cambios de escena, plantear algunos rasgos y reflexiones de los personajes, incluir elipsis (paso del tiempo resumido, que evita que la historia se desarrolle en tiempo real, y por lo tanto un radioteatro de 15 minutos pueda contar 10 años), plantear dudas o preguntas que muevan el relato en base a incógnitas o a explotar la curiosidad del oyente, etc., etc. Tenemos que tratar de que su participación se justifique. Si no es así, si sobra, termina molestando y confundiendo.

Puede haber relatores de distintos tipos, dependiendo de cómo sea su participación o conocimiento de la historia que cuenta. Esto es igual a los narradores en la literatura:

- **a)** <u>en primera persona</u>: el narrador es uno de los personajes de la historia, y a través de sus reflexiones "internas" va ubicando al oyente en el devenir de la narración;

b) en tercera persona: el relator es ajeno a lo que hacen los personajes. Hay tres variantes:

I. es la voz del autor, el que simplemente cuenta desde un "arriba" todo lo que ve y va pasando;

II. omnisciente, una tercera persona que no solo cuenta lo que pasa, sino que sabe lo que los personajes piensan y lo que va a pasar, lo cuente o no;

III. participa de la historia: en esta variante menos habitual y más compleja, es una tercera persona que cuenta la historia, pero no desde un "arriba" ajeno, sino desde un "costado". Es decir, participa de la historia, es un personaje, pero no interactúa con los personajes de la historia que cuenta, no está implicado directamente con ellos. Este paralelismo permite juegos, ya que esa no interactividad del relator con los personajes, siendo que forman parte de la misma dimensión y del mismo mundo, puede cortarse en algún momento en el que haya interacción entre ambos.

6.8. Los diálogos

El motor de los radioteatros son los diálogos. Es en este intercambio de palabras que el oyente se entera de las acciones, conoce a los personajes (y los personajes viven y se dan a conocer). Es en los diálogos en donde debemos depositar todo lo dicho aquí sobre las personalidades, sobre la utilización de las palabras, sobre los giros lingüísticos y las muletillas. Son la ventana hacia los personajes y las acciones.

Dice Fernando Castets: "Si uno toma las primeras versiones de los guiones, los personajes hablan mucho, pero es porque

los estás conociendo vos. A medida que los vas escuchando y conociendo, después uno empieza a pulir los diálogos y a sacarle cosas y ahí vas limpiando."[50]

Algo interesante y muy cierto que marca José Pablo Feinman es buscar la musicalidad de los diálogos. Eso es cuestión de oído, de darnos cuenta cuándo algo suena bien, pertinente, tiene que ver con nuestro personaje, es coherente, no usa palabras que podrían quitarse y tiene un ritmo dinámico y no aburrido. "Busco una musicalidad ligada al ritmo de la frase. Lo que suelo hacer es decir los diálogos que escribo."[51]

6.9. El público

Respecto de la puesta en aire, debemos prestar atención al público al cual queremos o podemos acceder. No es lo mismo concientizar sobre el uso del preservativo a través de un radioteatro, que hacer un culebrón o un radioteatro sobre cuestiones ecológicas. Pensemos en paralelo, entonces, cómo es el público que queremos que nos escuche y nos entienda, y a la vez cómo es el público al cual verdaderamente podemos acceder a través de la emisión que vamos a elegir o que tenemos disponible. Seguramente sea más difícil acceder directamente a la tercera edad poniendo un radioteatro en Internet. Entonces pensemos en ponerlo en Internet para que radios por FM se lo descarguen y lo programen, y así llegar a nuestro público objetivo.

La historia debe captar la atención del oyente en sus primeros minutos, además de presentar lo más básico de la situación y los personajes. De este modo, las primeras escenas funcionan como presentación de todo, y además como muestra de lo que va a

50. Castets, Fernando, en Busquier, Christian, *Escribiendo cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 93.

51. Feinman, José Pablo, en Busquier, Christian, *Escribiendo cine,* La Crujía, Buenos Aires, 2004, pág. 94.

ser la historia. A su vez, debe comprometer al oyente con ella, y atraerlo a seguir escuchando. Esto se logra desde el momento en que se piensa el guión, que debe poner énfasis en el atractivo que logre en esta primera etapa de la historia.

6.10. Ejemplo de libreto para radioteatro (fragmento)

GOLPES EN LA PUERTA, capítulo II

Indicaciones	Voces
Música cd 1 track 11	**Locutor:** En el capítulo anterior de Golpes en la puerta, Johnny había descubierto el escondite del sospechoso de asesinato Joe, el brillante. Luego de hacérselo saber a su jefe Bob, iban en busca del susodicho. Mientras, la bella secretaria Isadora los traicionaba y avisaba a Joe que estaban tras él. ¿Qué sucederá? Hoy presentamos el segundo capítulo de...
	Joe: Golpes en la puerta!!
	Locutor: un radioteatro hecho con amor. Por El Centro de Producciones Radiofónicas y el grupo de humor UPMA.
Golpes en la puerta	**Joe:** deben ser los agentes que me buscan!! Tendría que haber escapado cuando me avisó Isadora... Ay, es este juego que me vuelve loco...
Fade out música	
	Joe: Vamos Mario! Sube a lo más alto del mástil... tú puedes!!

Ambiente casa	**Locutor:** Joe, debes abandonar la casa.
	Joe (enojado): oh, maldito gran hermano... siempre sobreprotegiéndome!
Sonidos juego Mario Bros	**Bob:** Sabemos que estás ahí, Joe!!
Golpes en la puerta	Joe: no, no lo saben!
	Bob: sí, lo sabemos...
	Joe: mmm, no lo sé...
	Bob (enfatizando): SÍ lo sabes!
Golpes en la puerta	**Joe:** ¿cómo lo sabes?
Fin música Mario Bros	**Bob** (confundido): lo sé...
	Joe: a ver... pruébamelo!
	Bob: estás ahí!

7. El radioarte

Una expresión más abstracta que combina la radio con lo artístico es, justamente, el radioarte, ya mencionado. Con el radioarte podemos fabricar una obra de arte conceptual o abstracta solo con sonidos, como si fuera un cuadro hecho radio. Este es un campo de experimentación que explota las herramientas tecnológicas y los programas de edición, pero que también se alimenta de sonidos de todo tipo. El producto final son pequeñas obras de arte para escuchar. Son cuadros pasados a sonidos. De hecho, un proyecto de Radio UNAM en México llamado *Bastidor acústico*, se encarga de contar cuadros famosos con sonidos... u ofrecer una posible traducción[52].

Con el radioarte se puede llegar al oyente a través del camino emocional, a través de la interpelación a sus sentidos, desde lo más instintivo y corporal. Los sonidos pueden provocar

52. http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php

sentimientos, sin que tengan que describirse con palabras. Los sonidos tocan al oyente y los transforman. Los envuelven, los implican, los comprometen físicamente.

El campo parece ser experimental pero no por lo reciente de su comienzo, ya que se considera que la primera pieza de radioarte realizada data de 1924, casi a los comienzos de la radio[53].

Pero también podemos contar historias con argumento, desde un costado más experimental en referencia al sonido. Imaginar una historia y contarla solo con sonidos. Esto alimenta y alienta mucho la imaginación propia del oyente, ya que en este tipo de radiodrama, los códigos comunes de lectura entre autor y oyente están menos clausurados; el contrato, el acuerdo entre ambos, es más difuso.

El radioarte sería una de las tantas expresiones dentro del arte sonoro. "Toda manifestación del arte que utiliza el sonido como principal vehículo de expresión puede decirse que esta relacionada con el arte sonoro (…) La expresión más abstracta dentro del campo del arte es probablemente la obra sonora que no se vale de ningún elemento visual para su representación. Desde la aparición del fonógrafo, de la radio, y de otros medios tecnológicos de reproducción sonora, han habido artistas que se han interesado en crear obras de arte puramente auditivas. Estas obras pueden estar cercanas al mundo de la música, o pueden tener que ver simplemente con la expresión de ideas a través del sonido (obras de arte de carácter conceptual). Muchas de estas obras han sido concebidas para ser transmitidas por la radio, y otras de ellas para ser publicadas en discos de vinil, discos compactos o casetes. El termino de audio arte surgió recientemente para

53. "En su reciente libro El radioarte, Lidia Camacho señala que la primera pieza artística que se reconoce concebida especialmente para la radio es Danger, de Richard Hugues, transmitida el 15 de enero de 1924 por la BBC, que relata una acción a oscuras en los túneles de una mina". Cara y Señal, número 8, AMARC, Buenos Aires, 2008, pág. 3.

poder darle cabida a este tipo de manifestaciones que no pueden ser catalogadas como música, radio novela, radio teatro, etc"[54]. "Arte sonoro es un concepto artificial que surge como una necesidad de definir todo lo que no cabe dentro del concepto música"[55].

"En arte sonoro podemos incluir poesía sonora, acciones sonoras, radio arte, obras de arte conceptual que hacen referencia al sonido, obras intermedia en las que el sonido es el elemento principal e incluso música electroacústica y música experimental si quisiéramos ser muy amplios, pero para mi, arte sonoro es sobre todo: escultura sonora, instalación sonora y obras intermedia en las que el sonido es el elemento principal (que no sean danza ni teatro), como en el performance sonoro, ya que es esta característica intermediática lo que hace único al arte sonoro y lo diferencia de las demás artes basadas en el tiempo".[56]

Por ser un campo de experimentación libre, la cuestión es avanzar y dibujar sus límites, si los tiene, haciendo y probando. Y a no olvidar que puede existir radioarte concreto, es decir aquel que no se queda en la mera experimentación, sino que se propone contar historias pensadas, con su estructura narrativa y personajes, pero solo con sonidos.

El radioarte permite un posicionamiento rupturista más artístico que político. Pero solo *a priori*. ¿No es acaso el arte un campo históricamente comprometido con lo político, y en lo que nos compete aquí, con la transmisión de mensajes que promuevan valores de avanzada? Las radios y productores que experimenten

---

54. Rocha, Iturbide, Manuel, *El Arte Sonoro. Hacia una nueva disciplina,* 2004, http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/rocha/artesonoro.htm

55. Rocha Iturbide, Manuel, *Qué es el arte sonoro*, http://www.artesonoro.net/artesonoroglobal/QueEsElArteSonoro.html

56. Rocha Iturbide, Manuel, *Qué es el arte sonoro,* http://www.artesonoro.net/artesonoroglobal/QueEsElArteSonoro.html

con el radioarte, estarán posicionándose en la renovación, y esto ya es un gesto político. Vale decir también, que así como el radioarte otorga la posibilidad de contar historias concretas con sonidos, estas historias pueden ser reales y pueden brindar un mensaje al oído de las personas, desde otro ángulo. Pueden contar sucesos históricos, pueden ser parte de una campaña, pueden concientizar. ¿O no vale más una imagen que mil palabras? El radioarte está más cerca de la imagen que de las palabras.

En este punto, vale señalar lo que menciona la revista Cara y Señal número 8: "El programa *Kunstradio*, que se emite desde 1987 por la Radiodifusión Nacional de Austria, elaboró un manifiesto que brinda doce notas para una definición de radioarte. Entre ellas, hay dos claves que tomaremos como punto de partida. Uno: «el radioarte sucede en el lugar donde se escucha y no en el estudio». Dos: «la radio tiene como espacio todos los lugares en los que se escucha la radio»"[57]. ¿No son estas dos claves, tomas de posición que nos sirven para entender la radio social en su conjunto, y el importante rol social de la radio y lo artístico y ficcional para la transmisión de mensajes?

Hay otras formas de arte sonoro, emparentadas entonces con el radioarte. Manuel Rocha Iturbide señala que "si podemos aceptar la premisa de que experimentar con el sonido e interactuar con otras maneras de hacer arte, es arte sonoro, entonces podemos encontrar varias formas de realizar y construir en este lenguaje relativamente nuevo en nuestro país. Estas distintas formas de trabajar con el elemento sónico se traducen en poesía sonora, radioarte, música electroacústica y electrónica, música experimental, paisaje sonoro, escultura sonora, instalación sonora, acciones sonoras, intermedia, etc."[58]

57 Cara y Señal, número 8, AMARC, Buenos Aires, 2008, pág. 3

58. Rocha Iturbide, Manuel, *Qué es el arte sonoro*, http://www.artesonoro.net/artesonoroglobal/ElArteSonoroEnM_xico..pdf

México es uno de los lugares más avanzados en este tipo de experimentación en América Latina, y en políticas proactivas en cuanto a la radio en todas sus expresiones. El radioarte encuentra su lugar desde agrupaciones independientes, como así también desde el sector oficial y público, a través de IMER, Radio Educación, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes[59] o Fonoteca Nacional[60], etc. Por ejemplo, un esbozo de paisaje sonoro interactivo que propone esta última puede conocerse en http://www.fonotecanacional.gob.mx/Flash/ruido.swf. O el *Explorador sonoro,* netamente educativo[61]. O *El canto del planeta* y *México suena así.* Se podría hablar aquí de experimentación sonora y radioarte con fines educativos o trasfondo didáctico. Una utilidad más que interesante para este tipo de arte.

Se puede utilizar el radioarte para practicar cómo contar con sonidos y así tener más herramientas a la hora de hacer un radioteatro. Se puede usar el radioarte como mero arte abstracto. Se puede usar el radioarte para comunicar mensajes. Y aquí está el desafío: no dormirse en los laureles del arte por el arte mismo, intentar romper lo rupturista, intentar ir un paso más allá, hacerlo decir lo que necesitamos. Implica más esfuerzo, pero la recompensa es mayor. Por eso, recomendamos integrar el radioarte a la comunicación de mensajes concretos y útiles socialmente.

---

59. http://www.conaculta.gob.mx/

60. http://www.fonotecanacional.gob.mx/

61. http://www.conaculta.gob.mx/multimedia/Exploradores/

V. ¡A PRODUCIR!

Una vez esbozados todos estos elementos, y realizado un guión, pasaremos a la acción. Esto vale para radiodrama y para formatos periodísticos enlatados.

1. La grabación de la voz

Es importante ir perdiéndole el miedo al micrófono, paulatinamente. Esto servirá mucho porque se verá reflejado en la grabación de las voces que serán nuestra materia prima para la elaboración de un audio.

Al principio, la relación con el micrófono será ajena, extraña, y esto se reflejará en una voz que por más que agreguemos y modifiquemos cosas en la edición, se notará como más inestable, insegura, débil.

A medida que vamos ganando práctica, vamos entendiendo y encontrando los tonos adecuados a lo que el guión quiere transmitir, como así también las respiraciones y distancias respecto del micrófono.

Para grabar voz debemos tener en cuenta algunas cosas básicas:

a) Hablar expresivamente, ya sea en tono serio, como alegre o lo que sea, porque muchas veces podemos caer en grabar de corrido un texto solo como para cumplir con él, y eso no nos servirá para la edición, y se verá reflejado en un audio aburrido o acartonado. Hablar expresivamente no quiere decir sobreactuar. Hay que saber buscar el punto medio entre sobriedad y personalidad en la voz y en los tonos empleados. Eso se consigue con práctica, y obedeciendo indicaciones y consejos de otras personas que presencien la grabación, ya sea el mismo guionista, como otros locutores o cualquier persona presente. Cuando sucede esto, tenemos que aceptar que nos pidan que repitamos la frase o que la digamos con un tono más efusivo, más tranquilo, etc. Muchas veces estamos preocupados por la respiración, al leer no estamos prestando la suficiente atención al texto y no nos damos cuenta de una palabra mal pronunciada. Es por eso que debemos apoyarnos en quien presencie la grabación.

b) Por las dudas, siempre grabar dos o tres versiones de cada texto, para que el editor elija la mejor, o por si no tenemos quién nos indique cuando cometimos un error.

c) Tener en cuenta las puntuaciones. Cuando leemos algo y equivocamos la puntuación, eso se nota y es casi imposible de arreglar totalmente. Si leemos algo que termina en punto, y creímos que era coma, ponemos evidentemente un tono distinto, que hará que el oyente se quede esperando la resolución de la frase, por más que la cortemos ahí. Por eso hay que leer en voz baja

todo el texto antes de grabarlo, ver bien las puntuaciones y ser claro en las entonaciones de las mismas.

d) No mover mucho la cabeza respecto del micrófono. Es decir, direccionar la boca hacia él y leer todo en la misma posición. Si movemos la cabeza, parte de la locución se grabará no directamente, y se escuchará distinta, y constituye una complicación extra para el editor.

e) En lo posible, evitar ruidos. Es común que al leer gesticulemos, pero tratemos de no golpear la mesa, no mover mucho los papeles del guión, porque si se graba un ruido en partes en donde estamos leyendo, no se puede borrar ese ruido intruso.

f) Esto último no quiere decir que no gesticulemos, sino que nos cuidemos de no provocar ruido. Gesticular en una actuación radiofónica nos puede ayudar a imprimirle sensaciones al texto que se interpreta, y por lo tanto, hacerlo mucho más verosímil.

g) Levantar los papeles que estemos leyendo de manera que al mirarlos, nuestra cabeza quede erguida y nuestra boca direccionada al micrófono. Si leemos con los papeles apoyados en la mesa, seguro evitaremos mejor algunos ruidos de los mismos guiones, pero será más difícil que el micrófono tome mejor nuestra voz.

h) Si trabajamos con micrófono multidireccional, esos que toman el sonido de todo lo que sucede a su alrededor, debemos tener más cuidado con los ruidos.

i) Si trabajamos con micrófonos de computadora, tener mucho cuidado con las respiraciones y soplidos,

porque se graban como ruidos muy fuertes, como golpes difíciles de borrar.

j) Prestar atención a los *pepeos* o *popeos*, que son la pronunciación de algunas letras (sobre todo la "P", pero en algunos casos otras) que dichas muy directo al micrófono y fuerte, al provocar un soplido, se graban como un ruido, con una onda gráfica muy grande, que luego en general se puede borrar en edición, con un trabajo fino, pero que es mejor evitar desde la grabación para no complicar al editor. Para esto, tratemos de que las "P" no sean tan fuertes, sino más bien suaves, casi como una "B". O podemos intentar pronunciarlas no directamente al micrófono.

k) Mantener una distancia similar de la boca al micrófono en toda la grabación. En general debemos estar cerca, pero no pegados, para que no sature ni tampoco se empaste el sonido al grabar la voz.

l) Tratar de manejar una buena dicción, una buena pronunciación, abriendo más y mejor la boca. Podemos practicar grabando algo así como lo leeríamos para los amigos, y luego escucharnos y ver que seguramente hay palabras que no se entienden completamente. Así, al grabar para nuestro audio, pensemos en la pronunciación de cada parte de cada palabra, hasta que se nos haga habitual decirlas correctamente. Podemos hacer ejercicios de modulación.

m) No apurarnos. No hablar rápido. Puede pasar que por grabar en seco (sin música de fondo) nos parezca que está siendo aburrido, o perdamos la noción del tiempo y nos parezca eterno, pero esas cosas se arreglan en edición, con el agregado de sonido y música, y la

eliminación de los silencios, que harán que nuestro audio no sea aburrido. Por eso, es mejor leer despacio, no apurarnos, no leer una palabra mientras ya estamos leyendo y pensando en la que sigue.

n) Respirar bien, sentarse cómodo, no estar agitado, tomarse las pausas necesarias. Tratar de estar derecho para que la voz salga con menos esfuerzo y más segura.

En www.voiceoverselect.com encontraremos un catálogo de voces por género, estilo, timbre. Si bien se trata de muestras de locutores profesionales, nos puede servir escuchar distintas versiones para adentrarnos un poco en el mundo de la voz.

Otros dos consejos que podríamos agregar son, por un lado, pensar que si grabamos voces para un radioteatro, utilicemos distintos planos. Esto es, si un personaje habla de fondo a otro, alejémonos un poco del micrófono. No es lo mismo agregar el efecto de lejanía en postproducción, que hacerlo desde una grabación más real en donde se grabe con más lejanía respecto de otra voz. La fuerza de esa voz, su eco natural, su volumen, son difíciles de lograr con *softwares*.

Por otro lado, si una voz es muy aguda o muy grave, tengamos en cuenta que podemos ecualizarla desde el momento de grabar. Esto también es más difícil de lograr de modo auténtico en edición, por lo que conviene controlar graves y agudos en el momento de grabación. De este modo, siempre es mejor corregir las frecuencias en exceso. Esto es, si la voz que grabamos es muy grave, primero bajarle los graves antes que subirle agudos. Y viceversa.[1]

1. Agradezco este consejo a Santiago García Gago, de Radialistas. Taller para radialistas analfatécnicos, Radialistas-UNESCO-CPR, agosto de 2010, Buenos Aires. http://www.analfatecnicos.net

Es importante saber que no tenemos que ser locutores para grabar voces. Con permiso de los locutores, ya no es imprescindible ese tono de voz trabajado e impostado. Lo que más importa es grabar una voz cálida, personal, con originalidad, que muestre sensaciones y sea sincera. No solo para las actuaciones, sino también para el papel de relator o para un informe. Una radio más cercana al oyente, es una radio que se escucha como el oyente escucharía hablar a su vecina, como se escucha a sí mismo y como habla con sus amigos. Sino, sigue siendo algo inaccesible, lejano, ajeno, extraño. Y no es la idea. La buena voz del locutor servirá de mucho, pero tendrá que tener en cuenta todas las otras cuestiones mencionadas, igual que cualquiera.

2. Utilización de software para grabación

El *software* o programa que se utilice para editar, se utiliza para grabar las voces. Debe estar instalado en la computadora en la que funcione el micrófono o estudio donde vamos a grabar.

Tendremos el vúmetro, que es lo que nos permite ver en tiempo real el volumen en el cual estamos grabando. Es recomendable que la grabación oscile entre 12 y 3 decibeles. Siempre hay que intentar que el sonido que grabamos no llegue a rojo (0 decibeles o más), porque eso significa que está saturando, es decir, rompiéndose los picos de las ondas, y haciendo que el sonido sobre el cual deberemos trabajar no sea bueno ni recuperable. Cuando sucede esto, se dice que el audio está "clipeando", porque aparecerá en rojo la palabra "clip" sobre el vúmetro, y nos marcará en cuántos decibeles se ha excedido el volumen de la voz.

Una vez que terminamos de grabar, clickeamos *stop* y nos aparecerá el archivo con las ondas dibujadas de lo que acabamos de grabar.

Es aconsejable entonces guardarlo lo antes posible antes de ponernos a trabajar. Podemos elegir guardarlo en distintos formatos como MP3, Ogg o en Wav. El Wav es más pesado, y suele usarse más MP3, sobre todo para luego maniobrar con el contenido y difundirlo. El Ogg es un formato libre. De todos modos, podemos guardar las voces en Wav y una vez que editemos, guardar la pieza terminada en MP3 u Ogg. De este modo, manejaremos archivos más pesados pero de mejor calidad, hasta la instancia del audio terminado, en donde podemos comprimir para que sea más manejable, sobre todo pensando en enviarlo por Internet.

Algunos consejos adicionales para el guardado de las voces originales:

a) Es recomendable tener criterios para nombrar los archivos de manera que los ubiquemos fácil. Quizás, agregar la palabra "crudo" al final de los archivos de voces originales que grabamos para luego editar, así sabemos que son las locuciones recién grabadas, sin limpiar ni mejorar ni editar. Crudo es la forma de llamarles a este tipo de sonidos sin ningún tratamiento.

b) También es recomendable siempre conservar este crudo, y cuando editemos para limpiar las voces, ajustar su volumen, cortar los errores, lo hagamos copiando ese archivo con otro nombre, para que, en caso de que cometamos algún error como borrar algo que era importante, tener siempre un *back*, la grabación original, sobre la cual volver en caso de que perdamos algo mientras limpiamos el audio.

Hay una buena alternativa al software privativo (pago) que es el Audacity, software libre. Se puede descargar gratuitamente de http://audacity.sourceforge.net.

Pros y contras del *software* libre:

Pros:

a) es libre, lo cual hace que sea gratuito;

b) por lo tanto, no hay ni que pagar por él, ni *crackearlo* (conseguir los códigos que permitan usar los programas pagos);

c) es libre, lo que va más allá de gratuito, y encarna toda una filosofía de colaboración y libertad;

d) al ser libre y colaborativo, existen muchas posibilidades de conseguir información en foros y páginas de Internet, tanto sobre su instalación como sobre su uso;

e) se va mejorando todo el tiempo, y se puede ir actualizando constantemente.

Contras:

a) puede tener falencias respecto del privativo, y es por eso que está en constante crecimiento, porque no están abarcadas todas las prestaciones aún;

b) el privativo es el que suele encontrarse en más lugares, en radios, productoras, escuelas, y por tanto hoy por hoy da más posibilidades conocer su uso.

VI. RADIO Y TIC

1. Herramientas de producción y cajas de recursos

Además de los elementos mencionados antes, que sirven para producir y construir nuestra pieza radiofónica, es útil aprovechar las posibilidades que da la Internet, tanto para conseguir materiales de distinto tipo, como para poner en conocimiento nuestra pieza terminada.

De este modo, podremos acceder a conseguir:

1.1. Archivos sonoros históricos

Podemos acceder a declaraciones históricas, publicidades viejas, audios de programas radiales de todas las épocas, buscándolos a través de programas de descarga como Ares, Emule, uTorrent, o en páginas web especializadas. Sirven para ilustrar un informe, para obtener información o para utilizar como parte de un radioarte temático.

1.2. Entrevistas y declaraciones

Podemos utilizar Internet para obtener entrevistas a especialistas y afectados. En este caso siempre debe quedar claro que no

son hechas por nosotros, ya que en su mayoría serán audios "levantados" de otros medios. En lo posible, hay que mencionar las fuentes.

Esto puede obtenerse grabando transmisiones de radios por Internet, o acudiendo a archivos de audios que las mismas emisoras tengan en Internet. También Youtube –y otras plataformas de difusión de videos por el estilo– es interesante en este sentido, ya que buscando videos podemos encontrar las entrevistas o discursos que queramos (vale para audios históricos también), y podremos obtener el audio, grabándolo con un programa de edición de audio o descargándolo con algún programa como el aTube Catcher.

Webs donde obtener videos de todo tipo o ver televisión del mundo *online*:

- www.youtube.com
- www.vimeo.com
- www.sintelevisor.com
- www.justintv.com

1.3. Entrevistas por Internet

Es muy positivo aprovechar distintas tecnologías y programas que permiten entablar conversaciones telefónicas por Internet. Esto nos permite hacer una entrevista y grabarla en tiempo real (con los *softwares* de grabación y edición). Si bien programas como Skype tienen dificultades en la calidad de audio y a veces se cortan, nos pueden servir para obtener y grabar declaraciones, citas textuales que utilicemos cortadas en un informe más amplio, ya que las grabaremos directamente a la PC, de modo que las tendremos en el formato para utilizar en edición. Si grabáramos con grabador de cassette, tendríamos que tener la posibilidad de pasar los audios de cassette a formato digital, conectando

una cassettera o el mismo grabador a la PC, reproduciendo y grabando desde la PC, cosa que implica más dificultad, aunque a veces el sonido es mejor.

1.4. Música de todo tipo

Podemos acceder a músicas a través de distintos programas y webs de descarga. Incluso pueden encontrarse productores musicales que permitan su utilización y descarga gratuita.

También, aprovechar espacios donde grupos y solistas independientes dan a conocer su material. Estos espacios nos permiten comunicarnos con ellos, la mayoría de los cuales agradecerán que utilicemos su material siempre y cuando colaboremos con la difusión de su proyecto artístico, como mínimo a través de una mención de los autores de las músicas que utilizamos al momento en que publiquemos nuestra pieza.

Algunas de estas webs de difusión musical en donde podremos encontrar material, descargarlo y comunicarnos con los músicos son:

- www.myspace.com/
- www.purevolume.com/
- www.lastfm.com/

Una mención especial merece la música libre, aquella música que deliberadamente se sube a Internet para que sea libremente utilizada. Una web fundamental donde conseguir este tipo de música, y buscar por género o instrumento es www.jamendo.com/es

1.5. Efectos de sonido

Hay audiotecas de efectos de sonido para descargar y utilizar en producciones radiofónicas. Algunas son libres y pueden usarse.

Poseen la posibilidad de buscar por familia de sonidos, por palabra clave, por tipo de sonido y con opciones para cada resultado, lo que permite elegir el que más se ajusta a la imaginación del realizador.

Algunas de esas webs son:

- www.guiadelaradio.net/
- http://recursostic.educacion.es/bancoimagenes/web/
- www.freesound.org/
- www.sounddogs.com/

1.6. Enlatados

Para alimentar programaciones de emisoras, o para escuchar producciones de algún tema que puedan inspirarnos o aportarnos información para nuestra propia producción, como así también reutilizar alguna producción ajena, entera o en parte dentro de una nuestra, existen páginas web que ofrecen todo tipo de contenidos enlatados listos, producidos por realizadores de todo el mundo, en todos los idiomas, y sobre todos los temas. En general, se trata de intercambiar contenidos en el ámbito de la radiodifusión social, y es por eso que en estas audiotecas se encuentran enlatados sobre temas de Derechos Humanos, justicia, igualdad, etc.

A su vez, además de radios que cuelguen en Internet sus producciones hay organizaciones que se dedican a producir contenidos especialmente para que radios sociales de toda la región las utilicen.

Algunas de las webs de donde pueden descargarse contenidos de libre uso son:

- www.radialistas.net/
- www.radioteca.net/

- www.cpr.org.ar/
- www.narrativaradial.com.ar/
- http://phonos.ulatina.ac.cr/audios.htm

1.7. Información

Internet es un gran espacio en donde podemos obtener información de todo tipo para producir nuestro audio, para complementar la información obtenida en entrevistas, para realizar nuestra investigación o relevamiento. Buscando por palabras clave en buscadores podremos acceder a muchas webs en donde obtener noticias sobre el tema, páginas especializadas, plataformas de distintos tipos de recursos, etc.

Hay que ser cuidadosos con Internet, porque así como podemos obtener buena información, también existe poca rigurosidad con lo que se publica, y muchas veces podemos estar utilizando un dato no chequeado, inventado o desactualizado. Hay que ser inteligentes en detectar los mejores niveles de veracidad para un dato obtenido.

También, sepamos que la gran cantidad de información no significa calidad, y muchas veces la inmensa oferta de resultados que pueda dar un buscador, atenta contra la pertinencia de nuestro audio y contra tener una cantidad de material manejable para producir.

En estos casos es útil acotar la búsqueda, agregando otras palabras clave a nuestro requerimiento. Y también tener ciertas páginas web en nuestros favoritos, a las cuales recurramos habitualmente en busca de información, y en las que ya confiemos y sepamos que nos van a ofrecer buen material.

También son útiles algunos foros de discusión, en donde puede encontrarse el trabajo de otros que se dedicaron al mismo tema, o donde podremos obtener comentarios de otros usuarios respecto de las webs que vayamos a usar.

1.8. Distribución y publicación de nuestros enlatados

A través de Internet podemos dar a difusión nuestras piezas radiofónicas. Podemos subirlos a webs de contenidos como www.radioteca.net, u otras. Podemos también, de forma barata y fácil, hacer una página web o un blog donde poner nuestros contenidos, y que sea nuestra ventana hacia quien quiera conocer lo que hacemos, o se tope con nosotros buscando por tema.

También podemos subir los contenidos a páginas que funcionan como centro de distribución de audio. Se trata de casos como www.soundcloud.com, www.goear.com, en donde libremente podemos subir contenidos que queramos que sean difundidos. También podemos abrir un espacio en www.myspace.com o www.purevolume.com para esto. O sacar un Facebook (www.facebook.com) en donde pongamos nuestros contenidos para ser escuchados, y también información adicional de manera fácil y con buenas posibilidades de difusión.

También podemos subirlos a www.youtube.com o www.vimeo.com agregándoles una o varias imágenes, ya que se trata de una plataforma de transmisión de videos.

Algunos contenidos que hagamos, siempre y cuando no sean muy pesados, podemos enviarlos por mail (ojalá los que lleguen apenas a 5 o 6 megas).

También existen páginas web de subida y descarga de archivos, lo que nos permite colgar audios pesados, para luego enviar solo un link por mail y que a través del mismo, nuestro destinatario se lo descargue.

Algunas de las webs que ofrecen este espacio para subir archivos pesados de todo tipo (en general hasta 100 megas, y por un tiempo limitado, luego se borran, es decir que sirven para subir algo, enviarlo a alguien, que lo descargue pronto y listo) son:

- http://www.mediafire.com/
- http://www.divshare.com

También existe la tecnología de FTP (Files Transfer Protocol), que es lo necesario para transferir archivos, transportarlos hacia la web, y luego poder ponerlos disponibles en nuestra web. Todas las webs funcionan con algún tipo de FTP para colgar sus contenidos, y luego, combinado con programación y diseño, dejarlos disponibles para los navegantes que solo entran a nuestra página y ven qué hay para usar o descargar. Antes debimos subirlo, y esto se hace en un espacio (hosting) que tenemos para cargar de contenido la web y luego presentarlo al público. Esta carga se hace a través del sistema de FTP. El navegador libre Mozilla ofrece agregar en Herramientas la posibilidad de conectarnos a nuestro FTP (previamente debemos tener web, usuario y contraseña, y asesorarnos para configurarlo y usarlo).

2. La radio se adapta

La radio entabla una relación amplia con la Internet y otras nuevas tecnologías, desde distintos lugares y para distintos fines.

Ya vimos cómo puede usarse la Internet para enriquecer la producción de radio, ya sea periodística como ficcional. En Internet podemos:

a) conseguir información;

b) conseguir audios (históricos, discursos, entrevistas);

c) conseguir música;

d) conseguir sonidos (efectos especiales o sonidos reales).

A su vez, vimos cómo la radio utiliza distintas herramientas de la Internet para la divulgación, como las webs de transferencia de

archivos, el FTP, las plataformas P2P (de intercambio y descarga de audios), y las distintas páginas web.

Es importante señalar que gracias a las múltiples nuevas tecnologías con las que hoy podemos contar de forma simple y barata, la producción de radio y la difusión se hacen cada vez más posibles para cualquiera que tenga ganas de hacerlo. Hoy con algunas herramientas informáticas, como lo mencionamos, incluso las gratuitas, se puede producir radio. A su vez, mediante distintos espacios web y posibilidades que da la red, podemos divulgar nuestra producción, emitir nuestros programas, sin necesidad de acceder a una licencia, de depender de una aprobación de contenidos por parte de una emisora, y sin contar con gran presupuesto. Es por esto que lejos de sentirse amenazada, la radio puede fortalecerse con estas nuevas herramientas. Ya se vaticinó muchas veces la muerte de la radio, y nunca sucedió. Hoy, más que nunca, debemos pensar que no solo no está amenazada, sino que aprovechará los nuevos tiempos para darse un impulso cuantitativo y cualitativo, ya que no solo habrá más posibilidades para escuchar sino que más personas producirán y difundirán sus contenidos. La radio, alimentada por las nuevas tecnologías, será un medio generalizado y de gran fuerza.

Además, la radio se actualiza e interactúa con la Internet y otras TIC para la emisión y difusión. A continuación, un breve esbozo de las distintas formas en que se expresa esta relación.

2.1. La radio por onda con emisión en Internet

Las radios cada vez más agregan la emisión en vivo por Internet a su forma habitual de emisión por onda. De esta forma, las radios que conocemos desde siempre, pueden ser escuchadas tanto desde AM o FM, como así también desde Internet. Así, se pueden escuchar desde una computadora, y se pueden acortar las distancias, ya que podremos escuchar indistintamente una

radio de Argentina, México, República Checa o Japón, al estilo de las de onda corta, pero con muchísimo menor costo.

Algunas radios con emisión por Internet por país (ponemos ejemplos de todos los países de América y algunos otros del mundo):

País	Radio	Descripción	Link
Alemania	Deutsche Welle	Radio y TV estatales de Alemania	www.dw-world.de/
Alemania	Multi Kulti	Radio multicultural	www.multikulti.de/
Anguilla	Kool FM	Radio del país insular caribeño	www.koolfm103.com
Aruba	Canal 90	Radio de Oranjestad	www.canal90fm.aw/
Argentina	Radio Nacional	Radio pública de Argentina	www.radionacional.gov.ar
Argentina	FM La Tribu	Radio alternativa de Buenos Aires	www.fmlatribu.com
Argentina	FM La Colectiva	Radio comunitaria de Buenos Aires	www.lacolectiva.org.ar/
Bahamas	More 94 FM	Radio musical	www.more94fm.com/
Barbados	Voice of Barbados	Radio variada de FM	vob929.ocmnet.net/
Belice	FM Krem	Radio de Belize City con repetidoras en todo el país	www.krembz.com/

País	Radio	Descripción	Link
Bolivia	FM La Red	Radio de noticias	www.radionoticiaslared.com/
Brasil	Radio Globo	Río de Janeiro	radioglobo.globoradio.globo.com
Brasil	Antena 102	Sâo Paulo	www.antena102.com.br/
Canadá	Radio Canada International	Radio pública	www.rcinet.ca/
Chile	Radio Tierra	Radio comunitaria de Santiago	www.radiotierra.cl/
Colombia	Emisora Cultural Universidad de Antioquia	Radio educativa universitaria. AM y FM	emisora.udea.edu.co/
Costa Rica	Fire	Radio Internacional Feminista	www.fire.or.cr/
Cuba	Radio Rebelde	Mítica emisora de La Habana	www.radiorebelde.cu/
Ecuador	Radio Visión	Quito y Guayaquil	www.radiovision.com.ec/
El Salvador	Radio Nacional	Radio estatal	www.radioelsalvador.com.sv
España	RTVE	Radio y TV públicas	www.rtve.es/radio/

País	Radio	Descripción	Link
España	Radio Universidad de Salamanca	Radio universitaria	campus.usal.es/~radiouni/
Francia	Radio France International	Radio pública	www.radiofrance.fr/
Granada	Grenada Broadcast	Radio variada	grenadabroadcast.com/
Gran Bretaña	BBC Radio	Radio pública	www.bbc.co.uk/radio/
Guatemala	Radio TGW	Radio estatal	www.radiotgw.gob.gt/
Guyana	Radio Guyana	Radio variada	www.radiogy.com/
Guyana Francesa	RLM100	Radio de Saint Lauren du Maroni	www.rlm100.com/
Haití	Radio Metropole Haiti	Radio de Port-au-Prince	www.metropolehaiti.com/
Honduras	Radio Progreso	Radio comunitaria antigolpista	radioprogresohn.com/
Holanda	Radio Nederlands	Radio pública	www.rnw.nl/
India	Shyam Radio	Noticias y música	shyamradio.com/

País	Radio	Descripción	Link
Italia	Radio Sherwood	Radio alternativa	www.sherwood.it/
Jamaica	Real Jamaica Radio	Música e información	www.rjr94fm.com/
Japón	NHK World	Radio oficial	www.nhk.or.jp/
Martinica	NRJ	Radio musical	mq.nrjantilles.com/
México	Radio Educación	Radio pública de México	www.radioeducacion.edu.mx
Nicaragua	Radio Nicaragua	Radio estatal	www.radionicaragua.com.ni/
Panamá	Nacional	AM y FM estatales	www.sertv.gob.pa/
Paraguay	Radio Viva	Radio comunitaria de Asunción	www.radioviva.com.py
Perú	La Voz de la Selva	Del Instituto de Promoción Social Amazónico	radiolvs.cnr.org.pe/
Puerto Rico	Cadena Wapa Radio	Con emisoras en toda la isla	www.waparadiopr.com/
República Checa	Radio Praha	Radio pública	www.radio.cz/en/

País	Radio	Descripción	Link
República Dominicana	Radio Monumental	Radio variada de Santiago de los Caballeros	www.monumentalfm.com/
Suecia	Sveriges Radio	Radio pública	sverigesradio.se/
Surinam	ABC	Radio variada	http://www.abcsuriname.com/
Trinidad y Tobago	Talk City	Radio de Port Spain	www.talkcity91fm.com/
Uruguay	Radio Rural	Temáticas de campo	www.cx4radiorural.com/
Venezuela	Radio Nacional de Venezuela	Radio estatal	www.rnv.gov.ve/

2.2. Páginas web de radios

Si emiten por Internet, casi seguro que se accede a esa emisión a partir de visitar la página web de la radio en cuestión. Está muy generalizada la existencia de páginas web de cada radio, funcionando como una plataforma de información sobre la emisora, y también donde podrá cada radio subir información general, temática, de actualidad, o información adicional sobre la misma emisora, agregando una posibilidad de comunicación con el público. Allí, además de la emisión en vivo, suele aprovecharse para subir audios enlatados o emisiones en vivo de días anteriores editadas, videos, fotos, como así también comunicarse con los oyentes a través de foros, blogs, chats, encuestas. Con las páginas web, las radios obtienen una cara, una imagen que antes no

tenían, o que no estaba necesariamente disponible más allá de algunos casos excepcionales (fotos en una revista, el logotipo de la emisora, carteles, el edificio de la radio, etc.)

2.3. La radio por Internet

La Internet inaugura una nueva posibilidad de emisión, que como vimos es la emisión online. Ahora bien, además de que muchas radios por onda lo agregan como un plus, hay muchas radios que nacen para ser por Internet. Las radios por Internet se encuentran por todos lados, y se están generalizando cada vez más.

Esto da la posibilidad de emitir a todo el mundo con nada de dinero. Como en todas las cosas, hay experiencias positivas y bien hechas, y algunas que no tanto. La facilidad de hacerlo provoca que se haga porque es fácil, y solo por eso, y no que se aproveche que es fácil para proponer una buena idea. A su vez, conceptualmente se acercaría mucho a lo que la radio social tiene como objetivo: comunicar algo sin necesidad ni fines de lucro, acceder a sintonías por públicos acotados o específicos, por afinidades sociales. Claro que lo acotada que puede ser la audiencia también se parece a lo más problemático de las experiencias de radio social.

Esto también provoca cambios en los conceptos de radio, ya que se puede dar la emisión acotada de un programa una vez por semana, y nada más, y que la radio sea solo eso: sin programación integral, sin emisión todos los días, sin estructura organizativa, etc. Esto nos lleva a listar algunas características que pueden darse en la radio por Internet y no en la radio tradicional:

- **a)** puede no tener programación constante;
- **b)** no necesita más equipamiento que una computadora y una conexión a Internet (y un micrófono cualquiera si deseamos hablar);

c) no necesita gasto ni de infraestructura, ni de servicios (salvo en algunos sistemas más profesionales);

d) por lo tanto, es probable que no haya publicidad;

e) es muy simple montar una emisión propia.

Esto último tiene su corolario, como mencionábamos, en algunas contras que pueden ser:

a) emite cualquiera cualquier cosa, con el peligro de que sean contenidos malos o discriminatorios, o que nadie los escuche. En este sentido, es positivo que la posibilidad esté para cualquiera, pero esto no significa nada si la emisión no llega a nadie por mala difusión o por malos contenidos. La radio no debería ser solo la emisión, sino justamente pensar en la comunicación con un oyente;

b) esta libertad y autodeterminación, objetivos a aspirar, pueden ser contraproducentes en la medida en que a la primera de cambio, decidimos no emitir, total depende de nosotros, y le quitamos constancia a nuestro proyecto, denigrando una vez más la posibilidad democratizante de la radio por Internet.

Algunas radios que funcionan exclusivamente para Internet:

- Red Nacional de Medios Alternativos:. www.rnma.org.ar
- Unaradio: www.unaradio.com.ar
- Sin Dial: radio de variedades. www.sindialradio.com.ar
- BSM Radio: programa de deportes y humor los lunes a las 20 de Argentina www.bsmradio.com.ar

- Radio Quasar: radio dedicada enteramente al humor. www.radioquasar.net/
- Radio 42: radio musical de Alemania www.radio42.com/
- Jazz Radio: www.jazz-radio.fm/
- Live365: reúne distintas radios de usuarios aficionados. http://www.live365.com
- Radio ETER: radio de la Escuela Terciaria de Educación Radiofónica. www.raidoeter.com.ar
- Hay sitios que reúnen a las radios online, ya sea aquellas que solo funcionan por Internet, como aquellas que tienen su versión para escuchar en línea, además de la frecuencia por aire.
- www.radiosonlinefm.com/
- www.e-spanyol.hu/en/radio.php
- www.surfmusic.de/
- http://es.delicast.com/radio/

Algunas páginas web ofrecen el servicio gratuito para emitir radio por Internet. Veamos el ejemplo de www.ustream.com o www.listen2myradio.com. Allí obtenemos un usuario del modo en que se obtiene un correo electrónico, y luego vamos siguiendo las instrucciones. Tendremos un usuario que al conectarlo, lo que emitamos, saldrá a un link, que si otra persona le hace click, escuchará lo que nosotros estemos programando.

En www.maestrosdelweb.com/editorial/radioweb/ hay más recursos para esto.

En estos sistemas, utilizo otro servidor para alojar la emisión. También puedo hacer todo desde mi propia PC. Para eso puedo

descargar un programa como el Shoutcast[1] o el Icecast[2], que funcionan como transmisor y servidor[3].

2.4. Radio a la carta y radio inteligente

Existen webs que ofrecen programación musical por géneros, a las cuales uno se puede suscribir o ir eligiendo lo que le guste, para escucharlo. De modo que es un tipo de radio musical a elección del usuario. Uno puede elegir el género, y la radio misma va rotando temas musicales de ese género. Uno puede interactuar con esas propuestas, señalando si cada tema es de agrado de uno o no, si queremos que en la próxima vez que escuchemos agregue a ese artista en nuestra propia lista de escucha, y nos permite conocer artistas del género que elegimos o similares. Esto puede verse como una radio en donde la emisión es personalizada, construida por uno mismo, pero con una cuota de sorpresa y novedad, con lo cual no es igual a poner un disco. Cuando la radio a la carta, a elección del usuario, va identificando nuestros gustos y nos propone artistas cada vez que nos conectamos, podemos hablar de radio inteligente[4].

Hay algunas diferencias de radio a radio. En algunas elegimos artistas y podemos escuchar su obra, una cantidad de temas puntual o una reproducción sin fin. En otras, a partir de artistas que elegimos, nos propone otros del estilo y sigue la reproducción. En otras, lo que elegimos es el estilo y escuchamos listas de reproducción predeterminadas. En otras, las listas de reproducción que elegimos por el estilo se van formando al azar.

---

1. http://www.shoutcast.com/

2. http://www.icecast.org/

3. En Internet podemos encontrar instrucciones para instalar y transmitir. Por ejemplo, http://www.eh4ck3rs.com.ar/windows-f13/como-transmitir-radio-por-internet-con-shoutcast-t65.htm. En algún momento de la instalación deberemos poner la IP de nuestra pPC. Podemos averiguarla yendo a http://www.whatsmyip.org/

4. Tenorio, Iván, *La nueva radio*, Marcombo, Barcelona, 2008, pág. 45.

Algunas webs para escuchar música en base a gustos personales (artistas, estilos) y la elección del usuario:

- www.accuradio.com/
- www.pandora.com
- www.lastfm.com
- www.grooveshark.com
- http://new.music.yahoo.com/
- www.finetune.com/
- www.emitir-radio.com/radio_a_la_carta.html
- www.sabaires.com/Radio-a-la-carta.htm

2.5. El podcast

El podcast es la producción radiofónica grabada y editada, que queda como una pieza que puede maniobrarse entera para su difusión, para su emisión dentro de programas o programaciones. El podcast es ese enlatado radiofónico puesto a disposición para su descarga, su envío, su puesta en web, su difusión, su escucha *online*.

El podcast es una producción cerrada como siempre existieron en las radios, pero que sumada a la existencia de la Internet, permite que se escuche cuando quiera el usuario. Asociado a la tecnología de RSS (Really Simple Syndication), es de gran utilidad. El origen del podcast tiene que ver con esta tecnología, que permite a quien se suscriba a una página y al RSS de esa página, que se le avise cada vez que hay una actualización de contenidos, de modo que agrega facilidad a la difusión, ya que el usuario habitualmente interesado no debe ir cada vez a la web para ver si hay novedades, sino que cuando las hay, por esa suscripción a RSS, se enterará y podrá disponer de ese contenido. Es la

vinculación automática entre la producción de un emisor y el usuario mediante suscripción. Por extensión, se ha generalizado el término podcast para cualquier contenido radiofónico enlatado, esté asociado o no a una tecnología de aviso por suscripción. En www.podcastellano.es encontraremos instructivos para crear y alojar en Internet un podcast con tecnología RSS asociada. El podcast da las siguientes posibilidades:

a) escucha online: escucharlo cuando uno quiera, en reproductores *online* a los que accederá en distintas webs de podcasts;

b) descargarlo para escucharlo cuando uno quiera, ya sea en la PC como en otros dispositivos;

c) enviar un contenido por mail (siempre que no sea muy pesado) o subirlo por FTP o por webs de transferencia de archivos para divulgación;

d) agregarlo dentro de un programa radial, grabado o en vivo, para disparar debates, agregar información, difundir conocimiento, etc.;

e) agregarlos dentro de la programación de una emisora, en momentos en los que no haya programas;

f) utilizarlo como material base para realizar otras producciones, tanto radiofónicas como audiovisuales o escritas.

Algunas webs donde se almacenan producciones radiofónicas para descargar son:

- www.radialistas.net/
- www.radioteca.net/
- www.cpr.org.ar/
- www.narrativaradial.com.ar/

- www.jurassicradio.com.ar/
- www.podomatic.com/
- www.podcaster.cl/
- http://educasting.org/
- www.archive.org/

2.6. Radio digital terrestre

Es la nueva radio, es la transformación de la radiofonía de ahora en más. Ya existe la tecnología que permite transmitir radio digital, pero no a través de Internet, sino que se reciba en aparatos de radio tal como lo hacemos hoy. Aquí la radio aprovecha las nuevas tecnologías para mejorar su calidad, alcance y elevar la oferta, al digitalizar su onda, sin renunciar a todas sus especificidades. Solo habrá que cambiar los aparatos receptores. Esto ya se está impulsando y posibilitará que en el lugar en el cual hoy transmite una emisora, puedan transmitir muchas más (quizás diez), sin problemas de sintonización ni de calidad ni de interferencias.

2.7. Características de la nueva escucha

La relación de radio e Internet modifica la escucha. Lo que al comienzo debía ser en grandes aparatos, en las casas, hoy en día se va modificando completamente, sin por ello eliminarse las características que acompañaron a la escucha radiofónica desde siempre. La escucha actual de radio a través de posibilidades como Internet y podcast, es:

a) elección: se puede elegir qué escuchar en base a intereses;

b) libertad: se puede escuchar cuando uno quiera;

c) archivo propio: uno puede acumular distintos contenidos que le interesen;

d) acceso a información: uno puede buscar y así acceder a información importante (en este caso en audio);

e) portabilidad: se puede escuchar cuando uno quiera y donde quiera, a través de dispositivos portátiles (celulares, MP3, notebooks, netbooks);

f) calidad de sonido: no hay diales confusos, antenas insuficientes, alcances dudosos;

g) mismo tiempo, lugares diversos: tardo lo mismo en acceder y descargar audios hechos en mi ciudad o en un país situado a miles de kilómetros.

VII. ALGUNOS DESAFÍOS

A modo de resumen, de conclusión y de perspectiva, y luego de todo lo desarrollado aquí, podemos desprender algunos desafíos. Desafíos en el sentido de que tenemos todo por hacer, todo por generar, y tenemos herramientas que contribuyen a ello. La cuestión es hacer que realmente sea así. Y en eso hay mucho de nuestra voluntad, nuestro esfuerzo y nuestra inteligencia para aprovechar lo disponible e inventar lo imposible. Aquí están, estos son, nuestros desafíos:

a) La radio está ahí, frente a nosotros, dispuesta a ser hecha. Tomémosla y hagámosla andar. Es una posibilidad tan encantadora como real.

b) No tengamos miedo a nada. Solo aprende a nadar el que se tira al agua. Solo puede jactarse de haber sobrevivido el que se tiró al agua y salió, no el que no se metió. La cuestión es lanzarnos a hacer. Nadie aprende de otro modo, y nadie nace sabiendo.

c) Contribuyamos a revitalizar y renovar el radioteatro, una forma de arte como ninguna. Tenemos el desafío

de volver a colocar en los primeros planos a este formato.

d) Todas las expresiones dramáticas en radio, y sobre todo el radioteatro, son herramientas muy nobles para contribuir a cambios sociales. Tenemos aquí un doble desafío entonces: revitalizar el radioteatro, y fortalecer su rol social y educativo. Ya vimos las potencialidades que tiene para difusión, exigencia, fortalecimiento y defensa de derechos. Pues no lo perdamos de vista y usémoslo en consecuencia.

e) Lo mismo respecto del radioarte. Es positiva la experimentación, pero no limitemos un tipo de arte o formato a un "vale todo" sin más. Podemos impregnar al radioarte de un fin social y educativo también. O cultural. O potenciador del intelecto.

f) Hoy las nuevas tecnologías nos dan múltiples posibilidades para producir radio y divulgar nuestra producción. No dependemos de gerentes de radios que nos digan cómo debemos producir, porque con poco equipamiento podemos grabar y editar, y con una conexión a Internet, podemos vincularnos y difundirlo a bajo costo. Pero ese es quizás un desafío mayor: no esperaremos que decidan por nosotros, pues podemos hacerlo nosotros. Debemos aprovechar las facilidades de las nuevas tecnologías. Pensemos lo que costaba hacer radio antes y lo que nos puede costar hoy: en dinero, en tiempo y en conocimientos.

g) Las posibilidades que dan las TIC como la Internet son potenciales. No las endiosemos como una panacea, porque podemos imaginar todo lo bueno para lo que pueden servir, pero vamos a la realidad (virtual)

y nos encontramos con basura, sobreinformación, información falsa. Entonces, ya sea para usarlas como proveedor de material para producir, o como plataforma de divulgación, tengamos en cuenta que las potencialidades lejos están actualmente de lo que realmente sucede. Todavía la brecha digital es amplia. Y lejos de contribuir a reducir las brechas sociales, culturales y económicas, las TIC amplían esa brecha si son mal utilizadas o si no hay capacitación o conocimientos, cosa que sucede. Contribuyamos desde nuestro lugar a un aporte constructivo en el uso de estas herramientas. Y no pensemos que porque la Internet dé la posibilidad de que cualquiera haga lo que quiera, ya es buena de por sí. Será bueno o malo lo que ella contenga.

h) Relacionado con todo esto, hagamos contenidos de calidad, pensemos siempre en la calidad. No porque sea barato y fácil, nos debemos permitir producir y publicar cualquier cosa. No abusemos de esa posibilidad. No porque hagamos contenidos con enfoque social y con bajo presupuesto, nos podemos dar el lujo de hacerlos así nomás. Todo lo contrario: el desinterés para quienes vean esto como una obligación y no como una vocación y una responsabilidad.

i) Vinculémonos, conozcamos experiencias, hagámonos conocer, conectémonos, tendamos redes. Nos conviene a todos, y posibilita un progreso en el estándar de producción radiofónica, con o sin fines de lucro, con objetivos de todo tipo.

j) No nos frustremos porque algo no salió, porque una radio nos rechazó, porque se nos apagó la computadora.

k) Nunca nos conformemos. Ni con nuestro nivel, ni con nuestra producción, ni con lo conseguido. Hoy más que nunca, la radio depende de quien la quiera construir.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1. Libros y revistas

Antequera Ripoll, Juan Carlos, y Obregón, Rafael, "La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla (Colombia)" en revista *Investigación y Desarrollo*, volumen 10, número 2, Universidad del Norte, 2002. http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/10-2/la_radio_como_dinamizadora_de_procesos_sociales.pdf

Apte, Tejaswini, *Radioteatro interactivo*, IIED, 2005, en http://www.policy-powertools.org/Tools/Organising/docs/interactive_radio_drama_tool_spanish.pdf

Busquier, Christian, *Escribimos cine*, La Crujía, Buenos Aires, 2004.

Cara y Señal, número 8, AMARC, Buenos Aires, 2008.

Cebrián Herreros, Mariano, *La radio en Internet*, La Crujía, Buenos Aires, 2008.

Díaz Larrañaga, Nancy; Mora Doldán, Leonardo, *I Jornadas Procesos Comunicacionales y Prácticas Culturales de la Licenciatura en*

Comunicación Social, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 2008.

Farji, Sabrina; Vega, Patricia; Yoel, Gerardo; Aprea, Gustavo, *Sobre el guión*, Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2007.

García Gago, Santiago, *Manual para radialistas analfatécnicos*, Radialistas-UNESCO, Quito, 2010.

Haye, Ricardo, *Otro siglo de radio*, La Crujía, Buenos Aires, 2003,.

Henríquez Consalvi, Carlos ("Santiago"), *La terquedad del izote*, tercera edición, Ediciones Museo de la Palabra, San Salvador, 2003.

Kaplún. Mario, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO-OREALC, Santiago de Chile, 1992.

Kohan, Martín; Jeanmaire, Federico; Vitagliano, Miguel; Pradelli, Ángela, *Cómo se empieza a escribir una narración*, Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2006.

López Vigil, José Ignacio, *Ciudadana radio*, Radialistas, Lima, 2004.

López Vigil, José Ignacio, *Manual urgente para radialistas apasionadas y apasionados*, tercera edición, CIESPAL, Quito, 2004.

Portugal, Mario, y Yudchak, Héctor, *Hacer radio*, Galerna, Buenos Aires, 2008.

Radialistas, *10 consejos de Mario Kaplún*, 2007, http://www.radialistas.net/clip.php?id=1400252

Rocha, Iturbide, Manuel, *El Arte Sonoro. Hacia una nueva disciplina*, 2004,

http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/rocha/artesonoro.htm

Rocha Iturbide, Manuel, *Qué es el arte sonoro,*

http://www.artesonoro.net/artesonoroglobal/QueEsElArteSonoro.html

Tenorio, Iván, *La nueva radio*, Marcombo, Barcelona, 2008.

Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J.J., y Tijman, G., *Días de radio (1920-1959)*, Emecé, Buenos Aires, 1995.

Vitoria, Pilar, *Producción radiofónica*, PROLAP, Florida International University, Trillas, México, 1998.

2. Sitios web

2.1. General

Recomendados

http://www.analfatecnicos.net/ web impulsada por Radialistas, con el *Manual para radialistas analfatécnicos.*

http://www.archive.org/ web con archivos en todos los formatos, de todo el mundo, y sobre todos los temas, sin fines de lucro y con el objetivo de ser una gran plataforma de cococimiento.

http://audacity.sourceforge.net/ web de software libre como el Audacity

http://www.bienalderadio.gob.mx/ web de la Bienal Internacional de Radio de México

http://www.c3fes.net/ Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, de la Fundación Friedrich Ebert, con sede en Bogotá, Colombia.

http://www.conaculta.gob.mx/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México

http://www.cpr.org.ar/ Centro de Producciones Radiofónicas de Buenos Aires

http://www.fonotecanacional.gob.mx/ web del archivo sonoro público de México

http://www.freesound.org/ Efectos de sonido gratuitos

http://www.goear.com/ web de alojamiento y escucha online de audios y temas musicales

http://www.guiadelaradio.net/ Recursos sobre radio

http://www.imer.gob.mx/ web del Instituto Mexicano de la Radio

http://www.jurassicradio.com.ar/ Para subir y escuchar podcasts

http://koyotstar.free.fr/ Software gratuito para radio

http://www.narrativaradial.com.ar/ Centro de formación, estímulo y creación del relato en radio.

http://phonos.ulatina.ac.cr/ Recursos de un curso de radio de la Universidad Latina de Costa Rica

http://www.podcastellano.com/ Proyecto de la comunidad hispana de podcasting

http://www.podcaster.cl/ Sitio chileno de podcasts

http://www.podomatic.com/ Sitio de podcast

http://www.radialistas.net/ Organización dedicada a producir contenidos para radio comunitaria, con sede en Ecuador.

http://www.radio2010.imer.gob.mx web de podcasts hechos en 2010 por el IMER

http://www.radiocadena.net/ Plataforma de colaboración de radio 2.0

http://www.radioeducacion.edu.mx/ Radio pública de México DF.

http://www.radioteca.net/ Gran plataforma con contenidos de radio de distintos países y temas

http://www.radiounam.unam.mx/ Radio de la Universidad Autónoma de México, con recursos útiles.

http://www.radipaz.org/ Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz

Materiales utilizados para la redacción

http://www.serpal.org/ Servicio Radiofónico para América Latina

http://www.soundcloud.com/ Sitio para albergar contenidos en audio y publicarlos

http://www.vivalaradio.org/ Iniciativa de FM La Tribu de Buenos Aires para compartir y vincularse entre radios comunitarias.

http://vocesnuestras.org/ Centro de Comunicación Voces Nuestras de Costa Rica

Materiales de web utilizados para la redacción

http://www.bcn.cl/bibliodigital/pbcn/estudios/estudios_pdf_estudios/nro271.pdf *El Congreso Nacional en las encuestas de opinión pública 1990-2002,* Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

http://www.caribbeannews.com/radio.html Radios del Caribe

http://www.castpost.com/ web para colgar audios y videos

http://www.cepchile.cl/ Centro de Estudios Públicos de Chile

http://www.cerc.cl/ Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea

http://consulta.mx/ Estadísticas de México

http://www.cooperativa.cl/prontus_nots/site/artic/20081028/pags/20081028115225.html Artículo "CERC: Carabineros y la radio son las instituciones más confiables"

http://edant.clarin.com/diario/2006/08/28/espectaculos/c-00501.htm Sobre Los Locos de la Azotea

http://educasting.org/ Organización de podcasts educativos

http://emercomms.ipellejero.es/2010/05/11/los-radioaficionados-chilenos-se-integran-en-la-red-de-telecomunicaciones-de-emergencia-de-la-onemi/ Artículo "Los radioaficionados chilenos se integran en la red de telecomunicaciones de emergencia de la ONEMI"

http://www.emol.com/noticias/magazine/detalle/detallenoticias.asp?idnoticia=191044/ Diario El Mercurio, artículo "Poder Judicial y políticos son los peores evaluados en encuesta CERC"

http://www.lanacion.cl/mejor-evaluados-tras-terremoto-bomberos-carabineros-y-radios/noticias/2010-07-29/133628.html Diario La Nación de Chile, artículo "Mejor evaluados tras terremoto: Bomberos, Carabineros y radios"

http://www.latinobarometro.org/ Corporación de encuestas de opinión pública

http://www.oas.org/en/ser/dia/outreach/docs/presentación Latinobarometro april 2010.ppt

Presentación de Latinobarómetro de 2009 con índices de confianza en la radio, en web de la Organización de Estados Americanos.

http://www.omninternet.com/radio/radio.asp Buscador por país de radios para escuchar online

http://www.radio16.com/departamento-de-mercadeo-radio-16/ Artículo sobre credibilidad de radio en Costa Rica

http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html web del Ministerio de Educación de España con textos sobre producción de radio.

http://recursostic.educacion.es/bancoimagenes/web/ Banco se efectos sonoros

http://skypecasts.skype.com/intl/es/ Viejo sitio de Skype sobre skypcasts

http://www.softonic.com/s/escuchar-radio-marca Softwares para audio

http://www.unimercentroamerica.com/ Estudios de opinión pública en Centroamérica

http://www.voiceoverselect.com/ Catálogo de voces

http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Indice_Confianza_en_Instituciones.pdf Consulta Mitofksy, índice de confianza en instituciones.

2.2. Sobre radiodrama

http://www.americalate.com/2010/04/23/el-radioteatro-regresa-con-secretos-argentinos/ Sobre el nuevo radioteatro *Secretos argentinos* en Radio Nacional

http://www.antiquesboedo.com.ar/Historia%20del%20Radioteatro.htm Historia del radioteatro en Argentina

http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=2897 Historia de la radio en Argentina

http://base.d-p-h.info/es/fiches/dph/fiche-dph-7125.html Gomez Romero, Yuli Milena, "Recuperación del art perdido", radioteatro en Colombia.

http://clubdelradioteatro.podomatic.com/ Radioteatros del recuerdo, del Club del Radioteatro

http://collares.blogspot.com/search/label/Skype Iniciativa de radioteatro colaborativo por Skypecast

http://www.collectcuba.com/servlet/the-1334/Signed-Photo-CUBA-1938/Detail Cue Sierra, Mayra, "Los inicios del drama radial cubano"

http://www.contenidoslocales.cl/ Oportunidades para la expresión local, Chile

http://www.dias-de-radio.com.ar/ Blog dedicado a viejos programas de radio en Santa Fe, Argentina.

http://docentes.umss.edu.bo/Comunicacion/scastro/codificacionSonora/upload/codificacionSonora/historia/4.%20HISTORIA%20Bolivia.doc Castro Sonia, *La radio en Bolivia,* Taller de Codificación Sonora I, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Simón en Cochabamba, Bolivia.

http://donmoore.tripod.com/south/ecuador/radioquito.htm Klemetz, Henrik, "La tragedia de Radio Quito"

http://www.edicionesjuglaria.com.ar/seccionC/archivosjuglaria/uribe10.htm Uribe, Reynaldo, "El teatro en el camino: Alfonso Amigo"

http://www.elrancahuaso.cl/admin/render/noticia/20124 Artículo "Con Radioteatro Adultos Mayores enseñan sobre consumo sustentable a escolares", El Rancahuaso, Rancagua, Chile

http://www.gabitogrupos.com/RADIOHORNERO/template.php?nm=1251638695 Yankelevich, Elsie, "Historia del radioteatro".

http://www.icarito.cl/enciclopedia/articulo/segundo-ciclo-basico/lenguaje-y-comunicacion/lectura/2009/12/98-469-9-3-la-literatura-masiva.shtml Enciclopedia Icarito, Chile, "La radionovela"

http://www.laopinon.cl/admin/render/noticia/17809 Bravo, Jorge, "El reino de la radio", La Opinión, Araucanía, Chile.

http://www.laopinon.cl/admin/render/noticia/20704 Bravo, Luis, "Radioteatro recopila la historia barrial de Pichicautín", La Opinión, Araucanía, Chile.

http://laradiodemivecino.bligoo.com/ Blog de radio

http://lituma.blogspot.com/2008/11/la-guerra-de-los-mundos-en-quito_8387.html Artículo “La guerra de los mundos en Quito”.

http://www.monografias.com/trabajos908/radio-comunitaria-bolivia/radio-comunitaria-bolivia2.shtml#radionov Grebe, Ronald, *De las emisoras sindicales a las radios comunitarias en Bolivia.*

http://www.mortis.cl/ web sobre el radioteatro chileno *El siniestro Dr. Mortis*

http://odiseadelamemoria.podomatic.com/ Radioteatro documental argentino.

http://premio.fundacionlanacion.org.ar/2009/verProyectos.php?proyecto=3&tipo=ambito&id=rural Proyecto “Nosotros también podemos – radioteatro rural”.

http://www.radioimaginamos.org Audioblog español sobre creación radiofónica y arte sonoro.

http://www.radionacional.com.ar/audios/las-dos-caratulas-presenta-espectros.html Radioteatro argentino *Las dos carátulas.*

http://radioteatrohoy.blogspot.com/2007/10/69-aos-de-la-guerra-de-los-mundos.html Blog de radioteatro.

http://html.rincondelvago.com/radiotelefonia.html Historia de radioteatro en Guatemala.

http://www.rtve.es/radio/20100628/rne-poseida-por-terror-exorcista/337536.shtml Radio y televisión Española, adpataciones radiofónicas.

http://tvradio.suite101.net/article.cfm/los-comienzos-de-la-radio-argentina/ Vaccarezza Virginia, “La radio argentina en sus comienzos”.

http://www.ulima.edu.pe/revistas/contratexto/v3/pdf/art11.

pdf Bustamante, Emilio, *Los primeros veinte años de la radio en el Perú.*

http://es.wikilingue.com/pt/Radionovela Definición de radionovela.

http://es.wikipedia.org/wiki/La_guerra_de_los_mundos_(novela)#Adaptaci.C3.B3n_ecuatoriana_y_el_desastre_posterior_.281949.29 Sobre adaptación ecuatoriana de *Guerra de los mundos.*

http://es.wikipedia.org/wiki/Radionovela Definición de radionovela.

http://es.wikipedia.org/wiki/Radioteatro_en_Uruguay Historia del radioteatro en Uruguay.

2.3. Sobre radioarte

http://www.arteradio.com/ Sitio francés de experimentación sonora.

http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/rocha/artesonoro.htm Rocha Iturbide, Manuel, *El Arte Sonoro. Hacia una nueva disciplina.*

http://www.alcayata.com/la_comision/investigacion/radioarte.htm Radio Performance Fonosomático, documentos sobre radioarte.

http://www.artesonoro.net/artesonoroglobal/QueEsElArteSonoro.html Rocha Iturbide, Manuel, *Que es el arte sonoro?*

http://www.uclm.es/cdce/intro.htm Centro de Creación Experimental.

http://www.uclm.es/cdce/ras/ras.htm RAS - Revista de Arte Sonoro.

http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php Bastidor acústico, Radio UNAM, México. Cuadros hechos sonidos.

http://www.radio-arte.com Arte sonoro y radio experimental.

http://www.conaculta.gob.mx/multimedia/Exploradores/ Exploradores sonoros multimedia, radioarte educativo.

